

柴田書店MOOK

平成21年7月5日(毎月1回5日)発行 第100号
平成13年5月22日第3種郵便物認可

vol.100
July 2009

café sweets

[カフェ-スイーツ]

創刊
100
号記念
プレゼント!

关注人气咖啡店老板
新开的咖啡店!

继续开咖啡店的 100个要点

必看! 最新蛋糕房&面包房

模仿地方上的人气
商店、受本地喜爱
的咖啡店的要点

beibei.biz

如今热潮已然过去，咖啡店也变得相当普及。从那些广受顾客欢迎的人气咖啡店里，我们能学到什么？

甘美：呐，茶子，要不要上哪儿去喝杯咖啡？

茶子：好主意~。好久不逛街，走两下脚就酸了呢。啊，对了对了。前面有家不错的店，我们去那儿吧！

甘美：.....是吗，很棒的咖啡屋！？就在车站前面？最近新开的吗？

茶子：对啊。据说刚开2个月，从别的地方搬迁过来，重新装修了一番。

豆太：感觉很会讨客人喜欢的样子。说起来，原宿的[royal]，代々木八幡的[mid]也是先搬迁后开张，很快就适合当地的环境呢。

甘美：royal是那家位于表参道里街一栋大楼2层的咖啡店，对吧。

豆太：没错。mid店里时常会使用以前royal店内自制的碗碟和杯子，有些royal的老顾客会因此会产生时光倒流的错觉。还有，涩谷的「YAFFA ORGANIC CAFÉ」最近也搬迁了。

茶子：可别看小我啊，这个我当然知道了~。2000年在六本木开张，后05年搬迁至原宿，这次是第3回开张。开业时依旧延续“有机绿色”的自然风格，同时还邀请到在法国料理店研修多年的大厨加入，为全新的菜单增添健康活力。据说位于京都河原町三条的[Caffe'o BAR]在开业第12个年头搬迁去了祇园，同样位于京都的法式蛋糕[petitjaponais]经过改造变身为融合咖啡一体的店铺于今年4月搬迁开张。

甘美：虽说搬迁的理由千篇一律，但是拆毁房屋，很多原因是出于房屋的坚固性。不过，不单单搬迁重新装修，也是在增加店面，第2家，第3家。吉祥寺的[AB咖啡]店长鲈泽圭次郎先生说，第3家咖啡店[中目黑驿站]即将在中目黑开业。整合单调的时尚店内，工作人员自然亲切的接待方式，很舒服喔。而且，从取件到运费，2500万日元全部由自己承担，真的很了不起哦。

茶子：全部自己承担！？那真的很了不起耶。从大阪的[太阳的塔]本店徒步数分钟即可到达2号店、高円寺的[HATTIFNATT]在吉祥寺开设了第2家店铺，和高円寺一样、店内贴满了装饰画，客人可以带着小孩子来店，人气很旺。

豆太：可是开设第2家，第3家店铺，管理起来会很够呛吧。

甘美：那是肯定喽。一边要管理店铺一边又要准备开新店。能源一定要保证好，还有培育新人，研究菜式，设计装修.....。对于开业准备流程，谈不上是经验十足。但至少也有开过店的基础，同时又富有压力想要做到比之前店铺更好的程度。

茶子：是这样呀~。可是，正因为有了各种经验，才能源源不断的在脑海中涌出新店的构思吧。

甘美：对啊。掌握好经营的窍门，所以才敢向第2店铺发起挑战，制作出理想中的店铺。若能扩大经营也会使用工作人员的积极性有所提高，同时有利于经营的安定性。



甘美 (あまみ)

30代 掌握双语
对百货大厦食品层甚有研究 (日文中称作デパ地下 depachika, 指日本的百货大厦都会将地下一层设置为副食品专区)

10年老牌陆续登场 咖啡店能够长久经营？

甘美：尽管如此，有种不祥的流言——饮食店平均寿命都在3年左右，能够做到10年之久还真是不容易啊。

豆太：饮食店只能存活3年左右，那不是和野良猫（一种野猫，寿命在4~5年之内）一样短命吗！？可是又觉得这种传言意外的准。前段时间，这附近的ASIAN CAFÉ摇身一变成了饭团屋，都把我吓了一跳。

茶子：对了，据说镰仓的[café vivement dimanche]在迎来开业第15周年纪念时，还特意举办了一场咖啡相关的活动喔~。吸引了众多咖啡师、焙煎师傅等咖啡相关的人士前来参加！

甘美：好像很有趣呢~。咖啡产业登陆的这10年间，相当浓厚的咖啡文化侵入了日本市场。

茶子：前几天，我去了被喻为东京咖啡潮流先驱的表参道的[Lotus]，那儿还是老样子人声鼎沸热闹非凡~。店内装饰、菜单还是开业时的一模一样，能够一如往昔般的坚持下来，真的了不起呢。

甘美：通过料理、空间、服务等来提高店铺特色的手段是多种多样，但长年以来得到客人们热切光顾必有其中缘由。例如说，保持着和刚开业时同水准的人气招牌啤酒，实际上随着时代变迁，口味也在不断做调整，为此也花费了不少新制品开发费用，从而增加了成本。[lotus]在大家看不到的地方默默努力着。

豆太：从前商家打出“咖啡”这样新奇的字眼吸引大众的注目，但随着时光流逝，这些都逐渐被淘汰了。

甘美：或许这就是饮食店业界的一个形态吧。咖啡与其他行业比起来投资额低，能够较快上手操作，像茶子这样带着腻了就放弃思想开店的例子也不在少数，现在不少实业家希望将店往多项经营的方面发展。



茶子 (ちゃこ)

20代 安逸派OL
梦想是开咖啡店



想去的店铺太多
又不知上哪家好
真是奢侈的烦恼

不知道往后再过个20, 30年会发展成什么样, 好期待。

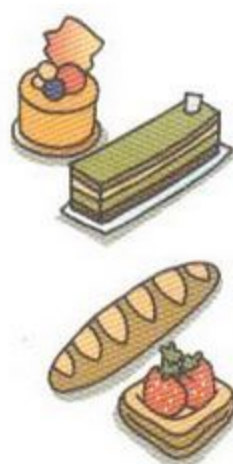
表参道、池袋、新宿…… 饮食新站点陆续诞生！

甘美：恩恩，今年春天表参道的「Ao（アオ）①」和「Echika池袋」、「新宿marui丸井本館②」都进行了重新装修，以崭新的风格重新开张，你们去了吗？

茶子：那是肯定的喽。趁着黄金周去好好享受了一番，可惜新型流感到处闹得人心惶惶，特别是在池袋echika，弄得大家不知所措。

甘美：因为西武和东武这2大地下百货同为竞争舞台，所以关键就看他们的动向了。

豆太：就是说啊。在亲自送礼品以及馈赠方面就地下百货来说，哪边排队排得满，便会自然觉得哪边的食物就更加的美味可口。进店的顾客基本都是年轻女性和情侣。



茶子：高级巧克力店

「Decadence du Chocolat」也开设了休闲系列店铺「Decadence du Chocolat “Tous les jours”」。但在店内并未陈列高单价的酒心巧克力，而是摆放出100日元的玛卡龙和棉花糖，让人觉得很物美价廉。旁边是制作全球美食甜甜圈形状的奶油泡芙的「表参道泡芙克伦格」店。

豆太：1873年创立的红酒老铺咖啡「LANDMANN」初次登陆表参道的「Ao」商业大楼。使用发泡奶油和甜香酒制作的花样咖啡多达30种，连选择

都是很奢侈的烦恼呢。用玻璃来喝咖啡倒令人觉得很新鲜呢~。

甘美：随时西雅图、法国、意大利等各式各样的咖啡先后登场，红酒式风格仍然很稀罕。充实的澳大利亚菜肴相当有特色。

茶子：「DONQ」也开了旗舰店哦。好像珠宝店一样陈列出面包奢侈感满点。不过，包装纸却是一如往昔的法国国旗的颜色。对了，光是长条面包就有6种可供选择，买一只长条吐司的话，还有特别赠送。地下「纪之国屋」店内的面包也很丰富，诱人的美味不用大肆吆喝便能聚来一批顾客。

豆太：京都的「le-petitmec.co」初次登陆于新宿MARUI。据说因为店内苔绿色典雅的装饰，这里有着“绿野仙踪”美妙名号。

茶子：在MARUI，还有初次登陆日本的巧克力珠宝店「GROM」，过去只需45分钟。

甘美：你说什么呢，GROM即使意大利都灵本店也是传说中的热门店啊。完全不使用防腐剂和着色料，不仅食材精挑细选，水果都是自家农园培育的。

茶子：展示柜也很与众不同。在都灵本店（杂志P66「意大利巧夺天工的手艺人」有介绍）冰激凌全部都装入银色的容器内密封好，外观上完全看不到。在都灵本店（杂志P66「意大利巧夺天工的手艺人」有介绍）冰激凌全部都装入银色的容器内密封好，外观上完全看不到。

豆太：我说茶子你呀，看到别人在买就一个劲儿的盯着看，真是丢脸死了。

茶子：啊呀，因为冰激凌是彩色的嘛，看到陈列柜里这也不错那也不赖，很难选嘛！？都很美味，不能——兼得有点遗憾呢。

甘美：啊啊 那是一种叫做carapina的容器。这样装法在意大利的旧时风格，盖上盖子能够保温，让口感更好。

茶子：原来如此。对了，在echika池袋有家「ORENTANO il Gelato」哦。据说那里的麦粉统统从意大利进口，食材则采用国内的新鲜的素材。真棒，正宗的冰激凌店正如雨后春笋般开设起来。

豆太：听人说7月在银座街上开设一家「哈根达斯」，2009年夏天一定会刮起冰激凌旋风，绝对没错！



豆太（まめた）
茶子弟弟，在时尚杂货店工作

咖啡店长久经营的 100个关键

虽然最初是为了实现梦想而开店，但怎样“持续经营”才是咖啡店经营中的真正困难所在。于是我们曾向那些克服了各种困难已经走向了下一阶段的人气咖啡店的店长们请教了长久经营的关键所在。值本杂志迎来第100期发行之际，再一次推出“咖啡的魅力”这一专题。

采访人气咖啡馆的店长，持续经营咖啡馆的关键大公开啦！

（开业前）要明确在咖啡馆里做什么/创造理念/准备充足的创业基金/确立创业企划/学习计数管理方法/初步估计开业后经营数字的动向/初步估计开业后每天工作流向、顾客情况/将理想与现实结合/进行市场调查等等/（菜单是...）做一道仅有专卖店才有的味道、盛装方式的菜/努力提高烹饪及制作糕点的技能

依照每日的时间思考顾客想要的菜单/讨论顾客能接受的且付得起的价格/制订受欢迎的套餐菜单/依据需要，理智地更改菜单及价格等/（店内空间是...）每天非常认真地打扫/桌子总是（擦得）一尘不染/窗户也很明亮/触手可及的物品、地方总是很干净/特别留意人们就餐所用的餐具/连玻璃杯上的模糊处也很留意/店内没有满是灰尘的物品/收起与店内氛围不符的物品/枯萎的植物会随时清理/不对“污垢”感觉无所谓/定期检查洗手间/从顾客所在位置检查开放式厨房/修理损坏之处/不留危险之处/在更换店内样子时非常慎重/（会注意）不去破坏氛围（接待顾客时）礼貌问候/坚持明朗地微笑/从顾客立场出发/招呼（顾客时）需使用积极向上的语言/避免营造不妥当的氛围/员工自身需欣然接待顾客/明确不能做的事情/犯错时需坦诚道歉/倾听顾客们的心声/明确与顾客间的（应保持的）距离等/（管理经营数字方面）明确经营数字目标/（不停地）重新研究原材料及成本间的平衡

减少水电煤气费等的浪费/减少食材损耗/明确无收益的理由/考虑符合自家、且能提高收益的计划并付诸实践/一边构造未来的（店面）设计一边思考经营价值等/（作为咖啡馆经营者最留意的是）身心健康、保持体力旺盛、时常有确切的目标/时而休息时而忙碌，相信员工/创造了能与员工之间容易交流的环境/每天都会开例会//会用简单易懂的语言表达想要传达的意思//把失败作为成功的借鉴，迎接挑战，忘记烦恼，度过悠闲的咖啡时光。



2004年8月15日。
“太阳之塔咖啡店”在大阪
中崎开业了。

2006年2月
由于店长的原因所以要被迫
搬家。提前先去考察。

2006年4月
签下了中崎沿主干道的一家
门面店。25日重新开张。

2008年12月
因为要培养更多的人才，所
以考虑开一家分店。

2009年2月
有位常客把他熟人的房子介
绍给了我们。一眼看去就很
中意，所以就决定在此开了
第二家店。

2009年3月
正式签约了房屋协议之后，
开始了装修等一系列事情。

2009年4月22日
和总店名字一致，“太阳之
塔 GREEN WEST店”开业
了。



店在大阪中崎的主
干道沿街而立。约
20坪25个座位，
慢慢发展到月营业
额约200万日元。



老板 广畑典子 女士

1978年出生于神户。因性格
开朗赢得了很多回头客。因为
本人喜欢室内设计，所以店里
的装修都是自己包揽的。即使
是其他的店考虑不到的地方她
也能考虑进去，非常具有经营
者的素质。

经营「皇室 (royal)」时就盘算着
要开设2好店，房子拆毁在即，所
以决定搬迁。「mid」开张以来已
有2年，经营也渐渐走上轨道，如
今正在商讨第2家店铺的设立问题。
咖啡这一行薄利多销。若料理和
饮料价格高昂，是不适宜日常消费
的。培训能够独当一面的工作人员
，虽然同时运营3家店铺，但是必
须要考虑到能够安定经营才行。虽
然作为饮食店已有20多年的历史，
在服务业来看一直以来都还算OK，
不过并不满足于于此，时常也会取
取高经长长见识。这是作为长久生
存下来的必经之路。采用这样的素
材会比较有趣，营造那样的氛围也
不错，像这样四处收集经验，即使
在周末也会让人感觉神清气爽。

老板 高嶋涉 先生

1973年出生。在西式甜点、
宾馆、点心厂工作过后，把高圆
寺的老房子自己大致改造了一下
开了“HATTIFNATT”。现在一
般常在第二家店“吉祥寺的家”

Mid



在原宿的
catstreet
附近开业。
室内装修是
以白色和浅
褐色为基调
。客源主要
是针对20
多岁的年轻
女性。



老板 溝田昭彦 先生

1960年出生于东京。20多
岁开始经营咖啡吧开始，进入
了饮食行业。“拉海纳”确立
的印象是女性一个人来喝咖啡
的地方，很受欢迎。现在分店
的开业也正在计划当中。



ハティフナット



2003年7月开业的高圆寺的
咖啡店是开在有60年之久的
农家的老房子里。店内的结
构复杂共14坪41个座。

1980年左右
在原宿开了一家咖啡吧
“拉海纳”

2001年6月30日
把店名“拉海纳”改为
“王室”而重新开张。

2005年 秋天，
本店所在的大厦决定要
拆迁。

2006年 5月
“王室”开店。为了想
开第二家店，所以开始
进行考察。

11月，
租了代代木八幡房子。
2007年1月12日
“中间”开业。

2003年7月 “HAT-
TIFNATT”在东京高圆
寺开张。

2006年6月 投资了
200万日元，扩建了楼上
的一层。

2007年8月 因为房
屋要拆迁，所以开始寻
找合适的房子。

2008年10月 虽然拆
迁的事中止了，但“因
为想培养店员”，开始
认真的寻找第二家店的
合适地址。

2008年12月初 签约
了一个之前是拉面店的
门面店。以高嶋和父亲
为主，和店员一起进行
改装。

2009年2月11日
“HATTIFNATT 吉祥寺
的家”开张。

新しいカフェに注目！

カフェを続けるポイントは？

开业前，我是一名点心师。为了现实自己长久以来开店的心
愿，无论是做蛋糕也好披萨也罢意大利冷面也不错。在
专业店里积累了不少经验，拥有了自己的拿手绝活。
6年前，在高圆寺开店时，只有我1个人支撑经营。之后是
妻子来店帮忙，慢慢的工作人员也多了起来。月入还不到
「300万日元」时，就将这个数值设定为「目标」，来激励
大家一起努力。即使没有烹饪经验，任何事情也都努力去
克服。店铺刚刚开始营业，工作人员齐心协力，目标同在
。于是连定休日也没有努力经营，如今月入已经超过400万
月。2店共有人员13位。我能够集中精力致力于吉祥寺的店
铺，多亏了工作人员的鼎力扶持。

中目黑休息屋



店长 舩泽圭次郎先生

在食品公司工作三年后辞职，两个月之后开始在咖啡店打工并在那了解到咖啡的趣味所在，27岁时决定独立开店。03年成立A STYLE WORKS(有限公司)。开始迈向咖啡的下一步经营。

我的目标是开这样一家咖啡店，让本地的人因为这家店而喜欢上这片街区。这个理念一直持续到如今。我的信条是，用自己开店盈利的资金开新店。当然，销售额也是依赖于客人的满意度；成本的降低，销售量的提高，也是和全体员工努力分不开的。所以，我认为资金积蓄的多少，恰是自己店铺实力的最好证明。不要做力不能及的事情，一步一个脚印地提升实力，这就是我们咖啡店的经营秘诀。还有就是开分店的时候能够巧妙地绕过风险，员工们也不放过每一个进步提升的机会。我想通过咖啡，让周围的每个人都能够感到幸福。这靠的不是空间，也不是料理，而是人的努力。提高员工们的实力，然后进一步，实行开分店的计划。

2002年12月
MARUSAN FOODS在下北泽开业



下北沢店はビルの3階に立地。約15坪25席で、目標月商は500万円。

2003年
营业时间从0点变更为3点
取消休息日 改为全年无休

2003年11月
增加BAR营业状态
“BAR MARUSAN FOODS” 在下北泽开业

2005年
“MARUSAN FOODS” 引入每日一更的菜单模式

2006年
销售额首次没有达到上一年预期。

开始强调扫除的彻底性
调整接待顾客时的礼节
也正是从这个时候开始考虑
加开分店这件事
并开始寻找适合的店面

2009年2月
遇到现在的店面，当时就签订了租约

将内部装修的工程拜托给了朋友的施工公司

2009年4月15日
“MARUSAN FOODS 中目黑店” 开业

(店紹介は24頁)



“il cappetit”是小型料理室并合起居室这种感觉的空间。店铺面积13坪共22席位

2001年2月
位于吉祥寺的“A.B咖啡店” 开业

2004年
2月 位于吉祥寺的2号店
“SOUGH CAFE” 开业
12月 位于笹塚的3号店
“202 market” 开业

2005年6月
“SOUGH CAFE”停止营业

2007年
完成资金积累，决定开办第4家店，开始寻找适合的地址

2008年
8月 开始计划千岁鸟山的
“CAFE RASHIKU”

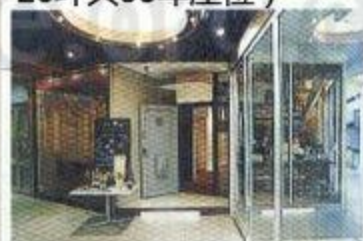
10月 与中目黑现在的店面签订了12个月的合同

12月 开始内部装修

2009年
1月 决定了店名
2月28日 “中目黑 LOUNGE” 开业



“A.B CAFE” 位于吉祥寺的多租户大楼。20代的年轻顾客们经常让这里显得热闹 非常 (店内面积20坪共35个座位)



“202 market” 位于笹塚车站前的大楼第2层。L字型的店内 (店内面积30坪共45个席位) 充满了现在时尚的气息

店长 川口裕彦



marusan foods 中目黑店

生于1973年。“喜欢自己亲自动手”的川口先生现在也将料理这部分交给员工，自己大部分时间都在接待顾客。以在摊位柜台工作为契机，24岁开始接触饮食这个领域。

吃饭时间，对于多数人来说，都是幸福的时光。能有幸创造这段幸福时光的饮食业，也是一个非常有魅力的行业。尤其是咖啡馆，一边品着咖啡一边休息，或者聚会，不知不觉时光就过去了。“丸子先生FOODS”也一样，希望能够得到大家的喜欢和认同。

要想将一个咖啡店开下去，需要了解的东西有很多。首先是诸如音乐、艺术、饮食店方面的东西、选景等等，涉及到很多领域的泛泛的概念。然后是诸如接待客人，菜品制作，空间布置等等这些关于店内具体内容的安排力。最后就是经费的管理。资金以何种方式流向何方，这些都需要有一个全局的把握。垃圾处理费啊租金啊，意外场合需要花钱的地方很多，所以要学会随机应变。

il cappetit

2003年6月
“il cappetit” 开业
2006年左右
迎来开业第3年
已经成为会在周末满员的人气店铺

因为有太多的顾客无法在满员时入店

开始考虑扩大店面
2007年10月

得知楼下的BASTA店停止营业
决定在那里开办分店

2008年2月末
开始内部装修

2008年6月27日
“il cappetit” 开业

我觉得对客人而言，没有十全十美的咖啡店。只能以无限接近完美为目标而努力。比如说照明上面时常会做些变化，虽然变化很微小，但是希望客人来的话每次都能有一种新鲜感。咖啡店的经营，最重要的是不要轻言放弃，经常尝试一些新的挑战。还有，每天可以找出一个做得不好的地方，并且改进。比如说发现一个扫除做得不到位的地方啊，指出员工某方面的不足啊……从小事做起，这对店的成长至关重要。

店长 别所有小姐

在吉祥寺的红茶专卖店工作的时候，第一次产生了想要开家咖啡店的想法，开始积累在日式饭店和有机餐饮的工作经验。是个非常享受烹制料理乐趣的人。



实现了想开的店，打造出充满魅力的店铺的各位店长，不断地推出新店！无论是带有新理念的分店，又或是将原店铺重新装修也好，在他们身上都有许多值得新的经营者们去学习的东西。就让我们去向那些人气咖啡的店长们请教能够长久经营的要点吧。

装修 不依靠内部装修而是通过家具来发扬个性

店铺面积有29坪共38个座位。虽说物品都是连店铺一起买过来的,但因为要拆除棚顶等超出预算200万日元。从拆卸开始用了快一个月才完成。内部装修使之简单些,而通过室内家具来发挥个性。另外,还会和厨房用具制造商洽谈冰箱及电炉等的配置、操作台的高度等的使用容易程度。应房东不能使用煤气的要求,全部使用电器。桌上两台炉子、铛和面粉锅都是间接加热的

正对入口处的尾形光琳的装饰画酝酿出了一种独特的氛围。使店中央的高低差比开始时高一些,如此便将空间一分为二。

開業日/2009年2月28日
店舗規模/29坪・38席
開業投資額/2500万円(物件取得費1400万円、内装費520万円、厨房設備費300万円、家具その他280万円)
スタッフ数/平日3人、土・日・祝日4人
1日客数/80人
客単価/昼1000円、夜2000円
売上げ目標/月商650万円



オーナー
えびさわ 鮎澤圭次郎さん
以“想到3秒之内马上行动!”为座右铭的35岁男子。

中目黒 lounge

東京都目黒区上目黒 3-6-18
☎03-5724-3356
営業時間/12時~翌2時
定休日/無休



尾形光琳的画展示在人们的正对面

从店里一直弥漫到道路上的灯光留给人们深刻印象。

从中目黒站过来沿着高架步行不过3分。车站出来到食街的尽头,柔和的灯光透出窗外弥漫至路上。刚从玻璃门进入店内,“欢迎光临!”店员爽朗的声音马上传来。开业于2009年2月的“中目黒lounge”是店主鮎澤圭次郎先生的第一家路边咖啡店。除此之外,他还在东京都拥有其他两家咖啡店。

鮎澤先生的一号店“A.B.Cafe”开业是在01年的时候。“咖啡店的存在给人们带来了幸福”,抱着开一家这样的咖啡店的想法鮎澤先生和三位店员一起踏上征程。月营业额也从最初的80万日元,升至一年后400万日元。因为这些资金“202Market”和“Sough Cafe”(现已闭店)才得以开店,咖啡店现在已是一个拥有30位店员的大家庭了。

这回曾是鮎澤先生宿愿的路边咖啡店。“道路会给咖啡店带来什么影响呢”,鮎澤先生将靠路边那一面全部用玻璃来装饰。只是在原店面的基础上稍加改装,简朴的空间里,却配置了每把6万日元的“Track”椅子,名家设计的装饰灯洒落着柔和的光辉,整个空间现代感十足。

另一方面,“给顾客的贴心服务”则一直贯彻到底。“不管装修多时髦的店,去了三回也就看习惯了。只有顾客们的口碑相传才是最有效。”这是鮎澤先生的一贯看法。只要听到一位店员的“欢迎光临”,其他的店员也会跟着和顾客打招呼。不把吸烟客人安排到禁烟席的附近。

菜单 菜单丰富到可用到各种各样的场景



与2号店的“202Market”无异。能应对下班回家、午餐、约会等各种各样场景的强大阵容。齐备了50多种食物、15种甜点，从面食类的调味汁到肉酱、套餐里的腌菜乃至甜点都尽可能去手工制作。另外，软饮料有56种，而占据销售额大约27%的酒精类饮料中葡萄酒就多达23种。



料理はすべて手づくりにこだわります



1.午餐每天都变换、有3种选择。肉/鱼套餐、4种小菜和米饭，附酱汤共900日元。照片中是起司汉堡为主食、切片干萝卜、芝麻酱豆腐、纳豆、腌菜。2.将茶叶和米饭合一起炒之后，用盐、胡椒粉来入味。(850日元) 3.拥有自家做的牛肉末辣酱油和白辣酱油双重调味料的人气午餐(1000日元) 4.从10种以上的前菜中选3种而成的拼盘。照片中从下往上依次是自家做的泡菜、橄榄和肉酱(600日元) 5.焯过去皮的西红柿核心挖空，往里面塞满莫扎瑞拉奶酪、紫苏(一种可当药用也可作蔬菜用的植物)和生火腿等。与滋贺“大地堂”的面包搭配食用(900日元) 6.将几种柑橘和苹果浸泡在红酒里而做成的桑格利亚酒(450日元)、可冲泡已浸过热水的菊花的台湾茶(550日元) 7.蛋糕类共8种，单点450日元、2种550日元、3种为650日元

从上往下依次是：料理是各家店手工做的 / 正对着客人座位的开放式厨房。即使是左/水曲柳材质的桌子调节成男性顾客在做料理也能照看厨房外的情形。/柜台前的高度。右/员工们经常站在顾客们的台子上放着盘子、银类餐具和菜单簿。视线所及的地方。

简单雪白的墙壁和极具个性的家具



上左/是紛泽先生在上海的餐厅里一见钟情的钢制毛雷尔的照明灯，原价为18万日元，在网站上以7万日元拍下。上/从店的最里面可以看见入口处。右手边是厨房。客人座位与厨房间留出充足的空间，给人一种宽敞的感觉。左/放置音响的石台是雕刻家大成哲先生的作品。



边用餐边工作的顾客都会被领到单独的小桌等，不用太过刻意，只是站在顾客的角度来考虑而已，这样的服务也是至今为止能够顺利开分店的重要理由之一吧。

另外，料理方面是尽可能的用手工做。和“202Market”差不多有50种比萨，比萨的底子都用自家制的，现在还开始新口味的尝试。“能够拥有可依赖的店员和经营咖啡店是一种幸福。” 紛泽先生笑着说道。灵活周到的服务和店员的笑容，还有手工料理都得到了当地居民的认可。这样看来，即使是月营业额650万日币的目标，也不会太遥远吧。

于2009年4月新开张的、位于大阪中崎町的人气咖啡馆“咖啡馆 太阳之塔”2号店是一家有个性的咖啡馆，在这里店主広畑典子的审美观大放异彩：高达两层楼的天花板，到处摆放着的盆栽及许多的灯光，让人感觉宁静的绿色及粉红色的墙壁和木质地板。地区选定在离1号店步行大概需要3分钟处，位于梅田和中崎町中间的一条死胡同的里面。这家如那让人怀念的校舍般的小店给人一种隐居之处的气氛。

広畑女士是于2008年12月份才决定要开2号分店的。随着员工们技能的上升，想着“为他们提供一个能活跃的舞台”，再加上不断有人来应聘做兼职，于是在2009年2月份，広畑女士考察了现有物品后决定开设分店。3月份一签完合同，就急急忙忙地开始施工了。里面墙壁的粉刷等自己力所能及的部分，広畑女士和员工们都亲自去做，设备等都是利用那些半新不旧的东西，因此将装修费及设施费控制在了500万日元以内。

店铺规模大约有20坪共45个座位。店里通过从高处调节发光强度，造成一种让人感觉宁静的安静氛围。目标是和1号店一样给人一种20年代后半期到30年代的感觉。他们绞尽脑汁地制定菜单，增加洋式糕点的种类，与此同时通过提供蛋糕外卖业务来吸引女性顾客的青睐，意图与男女顾客比率各为一半的1号店共存。7名员工中，除开糕点师经常是待在一家店里之外，其他的员工常在两家店之间交换着工作。设法让员工们参与到两家店的经营中，从而自然而然地培养经营咖啡馆的能力。这就是喜欢交际的広畑女士。偶尔与顾客畅谈人生这一点也是该店魅力之一。“更多地吸收员工，通过组织的形式大家一起快乐地经营咖啡馆”，広畑女士如此说道，同时也开始考虑是否要进行多店铺经营。

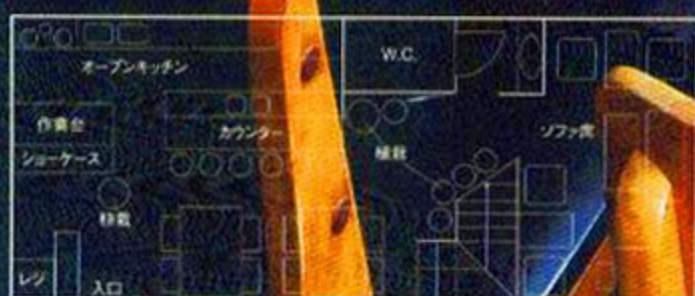
2009年4月オープン!

咖啡馆 太阳之塔 GREEN WEST店



大阪市北区
中崎西2-4-36
电话: 06-6131-4400
营业时间: 上午11时~凌晨12点
休息日/不休息
HTTP://WWW.TAIYOU
NOTOU.COM

开业日子/2009年4月22日
店铺规模/20坪?45个座位
开业时投入资金总额/700万日元(物件取得费用200万日元, 装修费用300万日元, 厨房等设施费用200万日元)
员工人数/工作日3人、周末4人
一天中顾客人数/工作人50~60人、周末100人
每位顾客平均消费/750日元
销售目标/每月销售总额达200万日元



以开放式厨房的形式非常重视与顾客间的交流。

摆放在桌子上的蜡烛也是销售产品之一！

广畑女士的朋友做的蜡烛（大的950日元、小的900日元），限量销售



上/为了方便顾客和员工交流特别准备了柜台。因为是开放式厨房，所以可以边制作糕点边与顾客交流。左/橱窗里陈列着西式糕点。

菜单以女性顾客为消费群体，菜单里新增加了西式糕点



商品构成上与1号店有很大的区别。食品种类限定为4种，与此同时新增加了西式糕点。糕点师特意做出一些很可爱的糕点拼盘，以此来吸引女性顾客。在这家店里食物可以外带，红茶种类也在增多，饮料种类有65种。酒类品种丰富、样样具备，连设计新颖的餐具也备受瞩目。



季節のタルト



シロップタルト



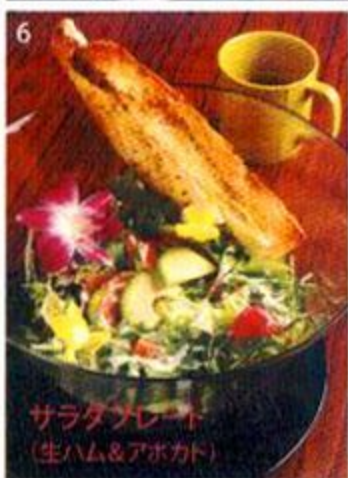
生チョコのストロベリームース



ブリュレ



グリーンカレー



サラダプレート (生ハム&アボカド)



フルーツ・ハーブティー (フィルシツビカル)



オリジナルコーヒー



ティーソーダ オレンジ

太陽カフェ ショコラ



1. 用巧克力精雕细琢而成的华丽拼盘，其上添加了应季的水果（照片上是草莓和猕猴桃，520日元）
2. 在甜果馅饼上浇上酸奶冻、柠檬口味的牛奶蛋糕，味道因那柠檬口味的生奶油而清爽（520日元）
3. 在巧克力曲奇饼上加入了草莓奶油冻、生奶油、生巧克力，用草莓和开心果作为修饰（520日元）
4. 仅限在店内品尝的商品（480日元）
5. 有鸡肉的绿豌豆咖喱和米饭及色拉（900日元）
6. 添加大蒜土司，分量十足的色拉备受女性顾客欢迎。带有勺子（850日元）
- 7&10 德国LONELY FERUTO公司的红茶种类有8种（520日元）
8. 由山本磨制的原味混合咖啡（400日元）
9. （眼前）原味咖啡饮料和（稍远处）茶汽水（各为520日元）

装修：店内装修的理念是“城市绿洲”



店长
广畑典子女士
有在咖啡馆及小酒馆工作过的经验，2004年8月份开始创业。

广畑女士想要设计一个有高高的天花板，到处洋溢着生机的店。店的外面给人一种“小学校的木质校舍”，可一进入店里，就进入了另一个世界。通过将店里的一部分抬高来创造一种开放感。店内到处摆放着盆栽，墙壁也由店员们涂成深绿色和粉红色。只要一打出那落地灯光，就给人一种宁静的温和的氛围。

店里到处都是植物！



一楼穿堂处布置了靠近柜台的座位、一般座位，里面也为团体顾客设置了包间式的沙发座位。柜台及收银台的旁边、楼梯等处都摆放着植物，据说以后还打算在店外面种一些树。

以穿堂的形式营造出一种开放的空间感



在2楼沙发座位和靠窗处设置了柜台座位。按照广畑女士的“想将墙壁粉刷成粉红色”的想法，将墙壁的一部分粉刷成粉红色。因为2楼的窗户还是以前农家的窗户，故以后的重点问题是穿堂部分窗户的开与关问题。



可爱的灯饰也备受瞩目！

设计新颖的灯光在营造店铺氛围上也起到了至关重要的作用。除开灯光，那些不同式样的椅子也是广畑女士从二手店等处淘来的。

2009年2月隆重开店!

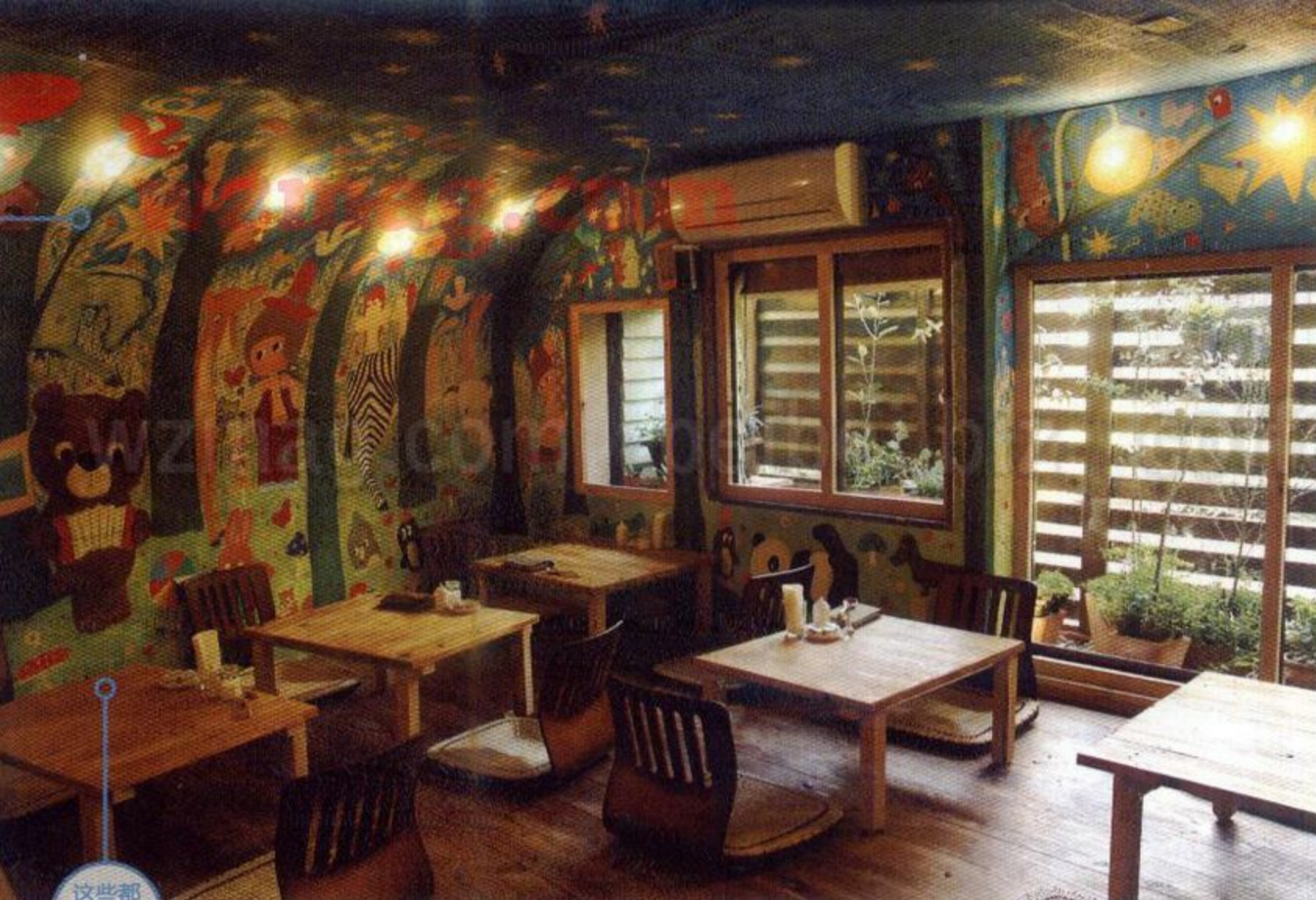
Hattifnatt

位于吉祥寺中心地段



东京都武蔵野市吉祥寺本町
1-38-4
电话: 0422-23-3589
营业时间: 12:00~次日0:00
(周日~21:00)
定休日: 无休
<http://www.too-ticki.com/hatt-HP/>

开业日期: 2009年2月11日
店铺规模: 40坪, 55个座位
(内部装修费100万日元,
厨房设备费250万日元,
水电电气安装费及
其他250万日元)
店员人数: 平时3人, 周六日4人
每日客流量: 平均约50人
人均消费: 1500日元
经营目标: 月交易总额400万日元



这些都是手工绘制哦

一楼内部的座位, 挂着自空调管道处悬垂下来的画卷, 全是绘本作家MARINI MONTEANY先生手绘而成。走进其中, 宛如走入绘本。

Hattifnatt的店主高嶋涉先生曾经是一名点心制作师, 这家店的内部全都是由他亲手纯手工装修的。窄窄的门, 陡峭的楼梯, 梯子上的阁楼, 墙面上大幅的动物主题插画, 点餐敲钟.....如此玩心四溢的氛围, 以及个性丰富的菜品, 汇聚了大量人气。

Hattifnatt的第一家店位于高円寺, 是由旧民房改建而成。也曾经有一段时期考虑过搬迁, 但最后还是继续呆在那里了。五年中间, 员工团队也壮大了不少, 所以就开始打算开第二家分店。

起初考虑过将店址设在世田谷区的中心, 但是在那里找不到能够自由改装的旧房子。后来在距离吉祥寺站800米的地方, 找到了一个长期闲置的地方。“这原来是一家拉面店。里面的东西破得一碰就坏了, 就像废墟一样。”高嶋先生说。经过交涉, 借到了破格的保证金。从08年12月起和父亲高嶋要先生一起买来木材, 开始改造店堂。没有设计图, 两人一边商量, 一边制作长凳啊, 安装架子啊.....因为足够的人手料理高円寺店的生意, 所以父子两人整整两个月都将自己埋头于新店装修之中。

6年前刚刚开店的时候, 只有高嶋先生一个人。起初因为生意不好而苦恼的时候, 就是靠着客人们的“真美味”“谢谢”等鼓励人心的话语坚持了下去。那时候就有客人说“想在这店里帮忙”。“一开始他们是彻头彻尾的菜鸟, 只是因为喜欢这家店。难得受到客人的关照, 所以只要是有干劲的人, 就把点心啊菜肴啊都交给他做了。”

店内装修 超有手工制作的亲切感!

吉祥寺店和高円寺店同样, 是高嶋先生和父亲一起亲自手工装修的。没有画过设计图, 直接买了材料, 然后边边角角一块一块地谋划, 就这样将店装修了起来。不统一的非标准件啊, 到处的缝隙啊, 家具切面粗糙的锯齿啊, 处处体现着手工制作特有的随意风格。这种“业余木匠父子”的气氛也让来客深深感觉到温馨的家庭感。



上: 排成一列的长凳, 本来是打算作为贩卖区的, 但是不知为何, 客人们都对这个很拥挤很狭窄的地方情有独钟, 纷纷来此就座。右: 铺着木板的二楼的座位。把白色水性涂料用水稀释, 这样上漆的时候就能均匀涂布, 不留斑点。



高円寺店的 LOFT 座位大受好评, 所以吉祥寺店也加了一层单间风格的楼层, 叫做中2层。

这里有“幸福之钟”哦



左: 入口的门高度只有130cm, 连小孩都能够到。中: 店内前台和墙壁上都设有写着菜单的可爱黑板。右: 一楼的客人要点餐时, 可以敲响这面“幸福之钟”。

菜单 富有亲和力的特性



蛋糕不是预先做好然后再上的，而是点餐之后现做。连菜肴使用的调味汁和奶油，都是纯手工调配制作的。所以店里的菜品，不仅富有温暖的亲和力，还有精心调制的味道，以及独创性和故事性。虽然是从高円寺店演化出来的，但是也慢慢地形成了吉祥寺店特有的菜品体系。

松脆的雪纺香橙
SHOOT



栗子蛋糕



奶酪蛋糕味布丁



超多量
shisaibira



烧制咖喱饭

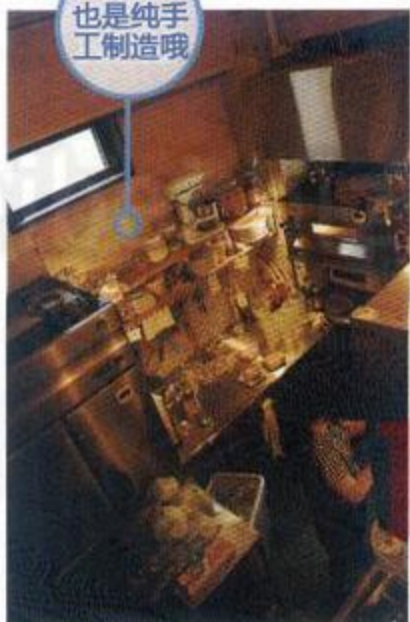


通过标
有号码的
勺子来管理
点餐的系
统



因为2楼的席位是位于陡峭阶梯之上的，所以点餐要通过对讲机。客人持和桌号对应号码的勺子，方便管理。

厨房
也是纯手
工制造哦



1.雪纺蛋糕加上鲜奶油和香橙酱制成甜点(682日元)。加入了使用好几种以比利时kuberuchol为原料制成的巧克力酱和可可粉。2.现场烘焙的松松脆脆的馅饼粉中加入了牛奶蛋糊奶油，鲜奶油，以及栗子奶油制作而成的蛋糕(556日元)。3.加入牛奶奶酪的馅饼粉，放入无盖容器中用开水烫化。果冻般的口感配以草莓的酸甜味道(504日元)。4.在牛奶奶酪基础上，加入带蓝奶酪味道的沙拉酱(735日元)。5.自家产面粉制作的披萨(1208日元)，每天18:00以后供应。共6种味道。6.黑米饭上面铺以茄子和菠菜，加入原始白调味汁和咖喱烧制而成的人气特色菜品(893日元)。7.咖啡店菜单上的必备单品(630日元)。8.拿铁咖啡上面浮着温柔的笑脸(578日元)。



左：楼梯侧壁排列着很多小盒子，都是 indies musician 的 CD展示处（收费项目）。在店内也可以听或购买这些 CD。中：洗手间的洗脸台上，脸盆是白铁皮制造的。右：入口左方的长凳，很受单独一人来客的欢迎。



全是
绘本作家
的得意
之作



店主
高嶋涉先生
曾经是糕点制作
师，03年7月开了Hattifnatt。



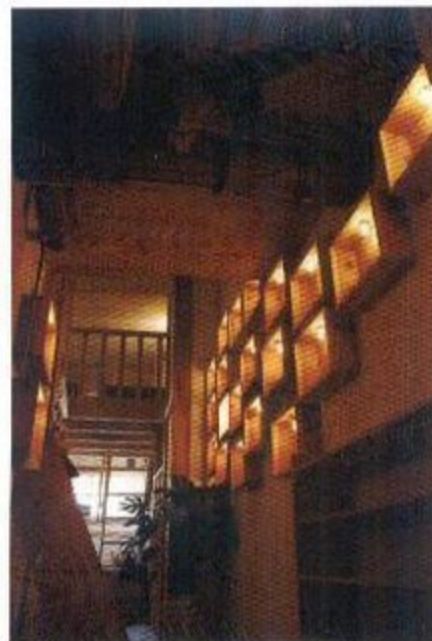
一楼的里面部分，原来是仓库，因为天花板低，所以不是传统的餐桌，全都是和式的席地而坐。共计21个座位。墙壁上自空调管道而下，挂满了动物主题插画。不知道为什么，这个隧道般的空间（上图所示），里面放长凳的那块区域，非常受小孩欢迎。



（接上页）高嶋先生说。

现在的员工人数，两个店加起来一共13人。营业无休。最近吉祥寺店的特色菜单正在讨论进行一些改进，但是，蛋糕的制作和调味汁、奶油的手工加工都不会变。

一楼最里面的墙面和高円寺一样，挂着绘本作家的大幅插画，给人一种置身于绘本之中的感觉。除了提供画廊般的空间，2层也提供亲子之间讲故事的绘本，用于在中2层常举办的生日餐会。高円寺和吉祥寺一样，两个没有旗舰店和分店之分，都被叫做“ouchi”。任何人来这里，都会被唤起久违的童真，被挑起游玩的兴致。



上：窗户外面有一个满是缝隙的板壁，在那旁边种植了很多绿色盆栽。左：从一楼最里面向上眺望，中间最里面的栅栏的对面，就是中2层的座位，右上方有 CD 展示架，右下方是为席地而坐的客人放鞋的鞋柜，左边是连接2楼的陡峭阶梯。



左：入口右侧就是厨房。吉祥寺店比高円寺店拥有更广阔的空间，冰箱里摆满了新品，还购进了二手的披萨专用。只要3个员工，就足以应付材料的购进和加工。右：饮料制作区的背后是高嶋先生手作的餐具架。咖啡杯和玻璃杯整齐地排列在上，温柔包围着在厨房忙碌的员工。



左上 / 白色的桌子与摩卡褐的椅子整齐地排列着。“要是隔得太远便会让人无法安心”基于这个原因而在布置上采取了令人感觉舒畅却又不会太显散漫的方式。右上 / 利用拉门自然地将空间分隔开来。右 / 仿佛美国餐厅使用的那种大沙发，对那些单人前来的客人来说也很有吸引力。



从厨房观看店内。店内重新装修全新示人。那些考虑到跪坐时的心情与高度而订购的“皇家”时代的沙发和椅子，全部用茶色布料取代了原先的白色布料。

2006年5月，原本位于表参道后街的“皇家”咖啡馆因为大楼的拆除而结束了历时五年的经营。“虽然有许多正规饭店，但平日里能够让人轻松就餐的地方却不多”，作为经营者的沟田昭彦先生这样回忆道。于是便以成为街道的食堂这样的存在为目标、以“无论何时来都有不变的菜单和不变的服务”为理念而开始营业。它处于作息时间不规律的销售员和美容师较多的区域，因其“无论何时都不变”的菜单与服务而引起轰动，成长为每天接待顾客200人的人气店。

06年5月休业后开始去寻找店址，但却因“很想找到一个30~40坪左右的地方，但在每坪7万日元的原宿来说只不可能凭一己之力就办到的”而放弃。后来便在用贺和学艺大学、中野、代代木上原等

东京中心区西部寻找，最终选择了现在这个筑龄30年，位于山手大道沿途，步行十分钟即可到达代代木八幡车站的地方。

之所以会选择这里，是因为它不仅拥有40平方米的宽阔空间，还是个正面山手大道的路边门市。更重要的是，这条山手大道计划在2年后将步行道与自行车道扩展到现在的3倍，随着人车通行量的增加，店内访问量也会大幅提升，这很让人期待。因为这处店面过去一直处于废弃的状态，所以像自来水与照明这些基础设施都必须重新配备。为了降低原始成本，在厨房设备及家具这方面都尽量选择将“皇家”时代的再利用。而店铺设计方面也与“皇家”时代一样委托给了五十岚久枝设计师。

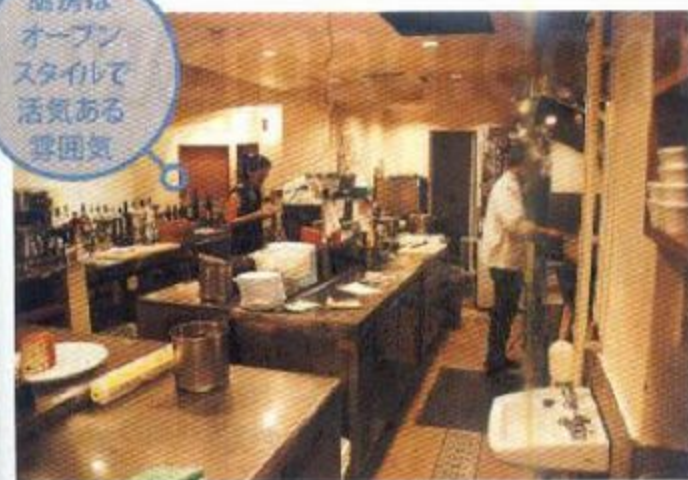
2007年1月
オープン!

ミッド mid.



東京都渋谷区元代々木町55-7
☎03-3466-9896
営業時間 / 12時~翌2時
定休日 / 無休
<http://www.mid.vc>

開業日 / 2007年1月20日
店舗規模 / 40坪・50席
開業投資額 / 3040万円
(物件取得費360万円、内装費2500万円、厨房設備費180万円)
スタッフ数 / 15人
(常時7~8人)
1日客数 / 150人
客単価 / 1500円
売上げ目標 / 月商700万円



厨房は
オープン
スタイルで
活気ある
雰囲気



左-上左 / 开放式厨房占地约6平方。其中一半以上的用具都是曾在“皇家”使用过的。照明器和烤箱则是新购入的。上中 / 为方便服务员拿取而将银器一类放置在了客席旁。上右 / 调理员时常维持在2~3人左右。



现在，大楼正在进行外部装修。在它面前的山手大道也正在修建中。

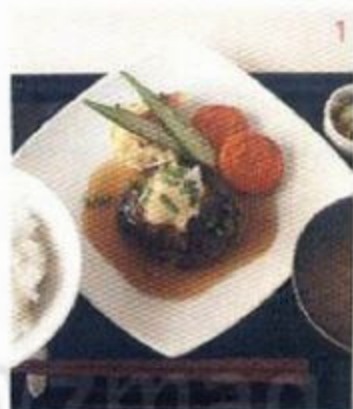
自家设计的杯子和商品

上 / 印有“皇家”LOGO的咖啡杯在“MID”也很常用。其他的杯子则是素色的。右 / 玻璃杯上印有mid的标志。

左 / 印有公司名称的红茶hi-life tea茶包。外包装是由远矢先生设计。右 / 烟灰缸也是自家设计的。

菜单 种类丰富到每天都吃不厌的菜单内容

全天提供网罗了生春卷等16款休闲食品、拉面、盖浇饭、正餐等满足感十足的45种选择。7种甜品均来自高梨乳业(株)小室美千代的订单。菜单本上加入写实图片,蛋糕是从蛋坯开始亲手自作。还有饮料,自家秘制花茶120种。



汉堡包正餐



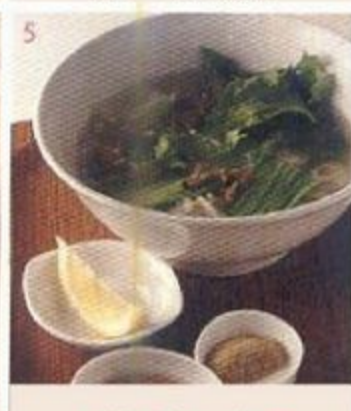
香嫩柔滑
椰子鸡肉咖喱



鸡肉南蛮盖浇饭



生奶油焦糖酥



野菜鸡肉小丸子



本月薄纱蛋糕



芒果冰激凌



花草茶
野玫瑰花茶



1. 采用国产牛肉制作的汉堡包, 配上汤汁和酱油, 砂糖等等调制的和风酱汁。附上自家制的淡酱汁、米饭、味噌汁(1100日元)。
2. 在酸奶中浸足一整天松嫩香软的鸡肉(910日元)。
3. 香草和蘸上色拉油鸡大腿肉的油炸锅(980日元)。
4. 表面的焦糖脆蹦蹦, 中间的满满盛出的生奶油柔软鲜滑。
5. “皇家”的招牌菜式。可根据个人喜好添加鱼子酱和柠檬、焦糖等(950日元)。
6. 自家制的蜜饯, 每个月换一种。图片中自然甘甜的蓝莓牛奶(550日元)。
7. 芒果汁上掺入冰激凌(610日元)。
8. 野玫瑰和苹果、柑橘的花茶。丝丝甘醇来源槐洋花蜜(630日元)。
9. 12~15点位中餐时间, 一周更新7种。

店内装修 白、茶色交汇处闲情舒适的室内空间

店内(40坪50席)的设计, 均是由一手包办TSUMORI CHISATO等商店的五十岚久枝亲自完成。乳白色基调, 搭配上茶色系的家具, 营造出闲情舒适的氛围。店内的一角是作为原“皇家”的工作人员现在该店的大厨远矢良一办公之处。mid的LOGO设计就是由原矢先生亲手设计的。



和12点的开店时间统一, 中饭也开始销售, 店铺内座无虚席。也有人在傍晚时约人到这里商谈。因为来客多为一个人, 所以享受在各自的小世界里整体环境较安静。晚上的客人多为住在附近的人, 深夜满客的现象也很常见。



店主
沟田昭彦先生

除非特殊情况, 全年365天中有350天开门营业。

坐位之间
留有充分
的舒展
空间



虽是店内原来是采用铁盒玻璃块划分整体空间, 用花岗岩坚硬材质建造而成的, 但是店长沟田说:“我想把铺上木质地板, 种植点绿色植物, 营造出点温馨的气氛”。总是贯彻“无论何时前来都有经久不衰的菜单和永恒的优质服务”的理念, 将群体设定在20岁后半~30岁左右的客人, 给提他们提供一个放松身心的舒适空间。

菜式方面, 光是每天吃都吃不腻的食物就有50种, 非常充实。巨大的分量, 忠于自然的风味料理。另外, 受到合作伙伴高梨乳业(株)小室美千代提供的方案, 店方亲手制作的7种甜品也是备受好评。今后准备, 在不改变种类的基础上, 使用更加优质的食材, 让实质精益求精。同时有计划发展下一家店铺, 目标是“将咖啡融入到人们的生活中去, 在日常的视野范围内设立店铺”。

左左上 / 装配了在原宿时使用的照明设施。左左下 / 墙壁上可爱的涂鸦, 红茶包上的插画师请专业插画师绘制的。左·下2张 / 结算台附近摆放着唱片机和国际象棋等室内休闲物。



冕形灯营造出
略微的奢华



椅子拉背采用
不同于地板
颜色的布

法式风格的装潢显得小巧精致，开放式厨房顾客可以一览无遗。

IL CAPPETIT



东京都武蔵野市吉祥寺本街 2-8-2
若松大楼2F 电话 0422-20-1306
营业时间 11点~22点
(21点30分)
定休日 无休

开业时间 2008年6月27日
店铺规模 15坪 22席位
开业投资额 1100万日元
(保证金500万日元、
装修费350万日元、
厨房器械150万日元、
家具、餐具100万日元)
员工数 15人 (2店铺)
日客流量 50人
每客消费 1000日元
销售目标 月营业额180万日元

菜单 茶点时间绝配 红茶和甜点



アフタヌーンティーセット



季節野菜の
キッシュ・ポテト
(ランチ)

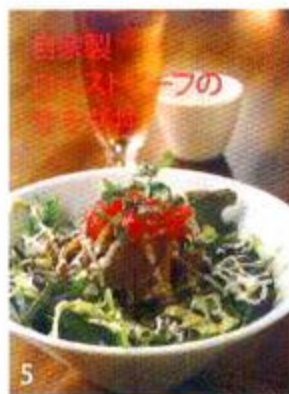


ショコラ
パウンド
イル・カプチーノ



毎のスカッシュ
ミントのスカッシュ

1 毎日更换两种甜点，4种以上佛卡夏三明治以及饮料套餐 (1250日元) 可供选择。
2 卷心菜馅饼，搭配例汤和全粒粉面包 (950日元)。
3 面前的是用咖啡薄纱盛上的咖啡冻 (280日元)。里面是香蕉味焦糖加托巧克力 (350日元)。
4 水果酱清凉饮料 (每个650日元)。
5 生菜和自家制作的烤牛肉搭配米饭、芥末蛋黄酱 (950日元)。
6 草莓香味的茶叶 (700日元)。



自家製
ソーダ
フの



ストロベリー
ロイヤルミルクティー



纸杯蛋糕的菜单是擅长画插图的员工亲手绘制的。一楼的店前和店内设置有黑板菜单。

14点到18点提供的下午茶点展示在商品广告板上，有红茶和搭配的甜点。茶叶每年都更换，分别从4家公司购入有品味的产品。还有午后红茶 (500日元/壶) 调味茶和水果茶。纸杯蛋糕一般都有准备6种以上。

IL CAPPETIT咖啡店位于熙熙攘攘的吉祥寺，至2003年开业以来，聚集了大量人气。IL CAPPETIT作为其姊妹店，位于同大楼的2楼，于2008年6月开业。店主别所 有小姐2006年左右就有了开第二家店的构想。IL CAPPETIT开业三年，已经是周末全天满席，无法接待的情况也越来越多，有一天谢绝顾客就有50多位，可见生意非常之好。让人有宾至如归的感觉，很轻松、惬意正是这家店的特色概念，别所小姐很想将这种店的规模扩大，于是2008年2月，决定将2楼的糕点房改造开店。但是，使用了近30年的旧物件显得破破烂烂，烧烤盘之类又不得不重新装。为了节约装修费用，墙壁都是自己刷的，椅子也是再利用的。就这样花了4个月时间和1100万日元，同时经营着IL CAPPETIT，同时进行IL CAPPETIT的改装店铺、菜单试做等准备工作，总算是开业了。

IL CAPPETIT为顾客营造出自己客厅的舒适感觉，于此不同IL CAPPETIT则是以茶点美好时光作为主题。最近以咖啡和食物为主的店很多，别所小姐则更强调餐后甜品和茶点的悠闲感觉。于是以红茶味主打，辅以甜品和纸杯蛋糕，也提供套饭和炒饭等。

wzmag.com

糖果主题的
项链(2205
日元起售)
。还有耳环
之类。

糖果主题
的杂货充
足

纸杯蛋糕形
状的蜡烛,
其他色彩的
小家装品(各
504日元)

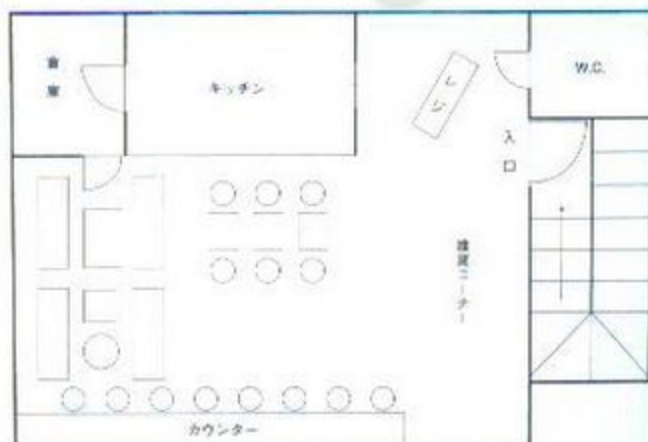
印有纸杯蛋
糕的垫子(12
张装420日
元)。

草莓、巧
克力糖果
味口红(各
630日元)
。

纸杯蛋糕
手柄的汤
匙、叉子4
件套(1575
日元)

店情介绍(续) 法式氛围的店铺中杂货充实

店铺位于楼梯的2楼之上。由已经使用了30年以上的面食专卖店改装而成。厨房重新设计为开放式,顾客完全可见。2楼菜单的菜品几乎都是在这里烹调出来的。顾客可以选择有扶手的沙发椅或8位沿着大落地窗靠角落的坐席。还有专为单身女性准备的坐席。同时方便专程来逛杂货的顾客,在门口附近位置设置了摊位。



上、下2处/占据店铺一角的杂货摊。商品分类别陈列着,左手方向的货架上是餐具等厨房杂货,中间的桌子上是文具盒生活杂货,右手方向的货架上是装饰品等



变换多样的
纸杯蛋糕



像巧克力薄荷味等
纸杯蛋糕,平常都
有6种以上(280日
语起售)。由面点师
傅制作。

咖啡店和和食店的
烹饪师傅是分开的
,日常情况下就2
个员工就打理整个
店铺。



杂货售卖摊
位于入口旁
边

扶手沙发
显得很舒
适



上/别所小姐(店主)喜
欢的粉红色沙发(里
面)。绿色沙发是二
手家具。左上/从杂
货摊看见顾客。

左中/柜台席的椅子是
原面食店遗留下的,
并经过了改造。自然
光线透过大窗户照
射进来,使得整个店
铺显得格格外明亮。
左下/厨房四周统一
的白色格调。

主要经营开口馅饼等适合搭配红茶的商品。

装修以白色为基调,和吊灯和布置的沙发相映成趣,略有法式小巧精致的感觉。改变了这栋楼内的咖啡店的气氛,以应对不同的动机。整间店铺严禁吸烟,因为里面准备了沙发坐席。

店内一角设置的杂货摊也陈列着充实的货物。纸杯蛋糕主题的杂货和店里使用的餐具也有格外廉价出售,深受顾客好评。

开业之初就有三楼的常客经常光顾,很是顺利。别所小姐说这样一来,就感觉两个店铺充满了整个店面。通过三楼顾客的口头互传,渐渐增加了很多新顾客。当谈到将来的理想时,她只想慢慢经营好这家店。

wzmag.com

2009年4月开业

丸子的食物 中母黑店 marusan foods

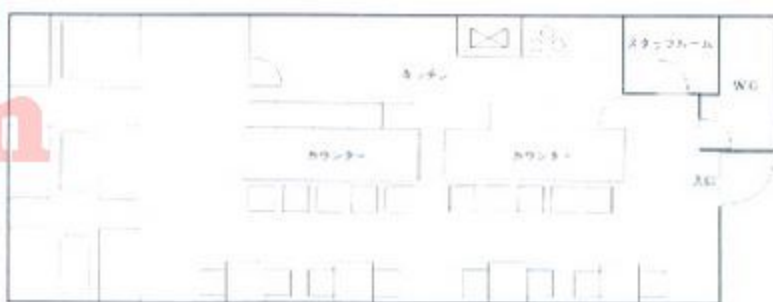


2009年4月开业
丸子的食物
中母黑店

东京都黑目区
上目黑 1-1-12
PENNY 大楼4楼
电话03-6677-4956
营业时间: 12点~次
日3点
定休日/无休

开业日/2009年4月15日
开业资金/1000万日元
(物件购买费400万日元、
装修工程费400万日元、
办公用品200万日元)
店铺规模/20坪 30席位
员工数/6人
人均消费/白天900日元、
晚上约1500日元
销售目标/月销售额300万日元

“丸子的
食物”店
里的黑色
简洁沙发



围绕开放式厨房的设计

三年来,店主在中目黑不断搜寻着能够作为店铺的地方。希望是距离车站越远越好。于是选择了现在这个有房顶,并隐隐有家的感觉的地方。原本这个地方是家麻将馆,厨房采用的是单口设计。现在从入口到里面有个很细长的空间,20坪里约有5坪石开放式厨房。餐台设计为纵深45厘米、70厘米高,非常利于舒适地就餐。

店铺最里面
的位置设置
有面向多位
顾客的沙发

店铺最里面
的位置设置
有面向多位
顾客的沙发



从入口向里右手边是开放式厨房和餐台位置,里面还设置有沙发席位。餐台上还陈列着瓶装的自家酿制果醋

下北泽的“丸子的食物”迎来了7周年。店主川口裕彦和两个男性员工也是初次尝试咖啡店,却得到了顾客“食物丰盛,环境优雅”的好评。2009年4月,中目黑的2号分店开张。店址选择了距离中目黑车站不远的大楼4楼里。通过屋外的楼梯往上直达最上层就可以看见店铺的入口。川口先生以前就想着在下北泽以外的街区开间店,至于什么样的店则是其关心的重点,店中目黑开间店,但不知道。于是就有了这家和下北泽店一样概念的店。

beibei.biz

菜单 午餐提供自助餐，晚上则提供充足的单菜份饭和一日一换的料理



晚餐



每日更新

午餐提供时间截止17点。下北泽店的人气“三菜一汤饭”和中目黑店限量供应的“时令蒸菜饭”等5种类别料理是特意准备的健康饮食。晚上也能吃到从一天营业时间开始就供应的基本菜品，如拌面和石烧印尼炒饭等20多种。15中左右是每日一换的，最适合作为下酒菜了。酒有约90多种之多。



午餐



饮料



苹果酒

香蕉红糖豆奶饮品

使用果醋制作的饮料有大概25种。调和可乐和豆浆等想怎么搭配都可以。左边的照片是非常好喝的苹果醋喝白葡萄酒调配的鸡尾酒（750日元）。右边的照片是香蕉红糖果醋调配豆奶的香蕉果奶风味饮品（600日元）



黑豆茶

熏烤鸭肉片和色拉
洋葱调味酱



柚子啤酒
健康开胃菜
五合一



杂鱼山椒蛋包饭
青豆酱



三菜一汤套饭



店主
川口裕彦先生
1973年冈山县出生
2000年和朋友在下北泽经营酒吧
2002年12月在下北泽开了这家“丸子的食物”



草莓果醋
重乳酪



黑豆純巧克力烘焙蛋糕

- 1 鸭肉卷（890日元）。黑豆茶一小壶（600日元）
- 2 每日一换的饭菜。照片是胡萝卜和金枪鱼的西洋风蛋渍、芝麻卷心菜拌木耳等（680日元）。里面是柚子酒和柚子味啤酒（700日元）。
- 3 杂鱼和山椒混炒饭上盖上菜肉蛋卷和青豆酱（980日元）
- 4 自家制的豆腐、竹笋鱼肉松等每日一换料理三个品种，配杂粮米饭、红汤汁泡菜和饮料（980日元）。
- 5 香甜的草莓果醋（580日元）。
- 6 热乎乎的黑豆（580）



约40多种果醋，使用水果、冰糖和醋经过三天以上的时间酿成。苹果和草莓等常年都有，而枇杷和芒果受季节限制。还有格雷伯爵茶特别派送。



左/混凝土地板和白色墙壁，很简洁的装修。
上2处/川口先生自制的木桌，和下北泽的桌子一样，均为70X70X70CM的规格。椅子有着红绿相间的纹理。

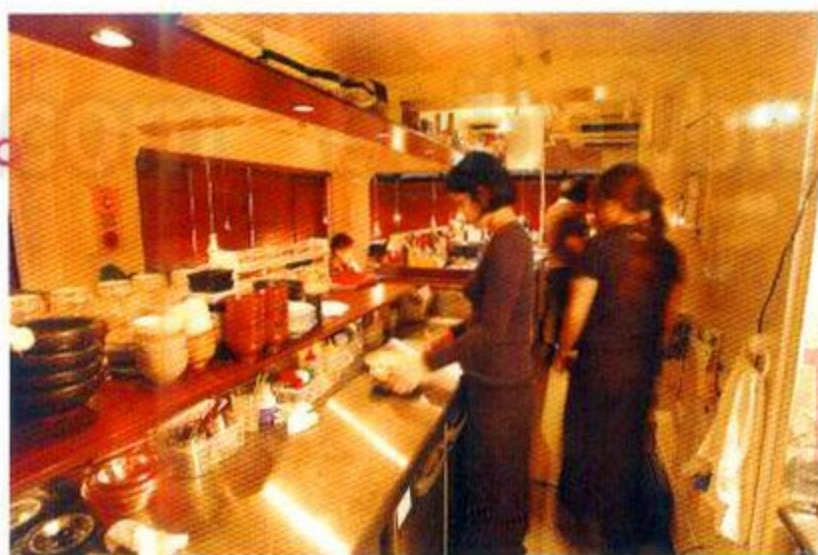
大幅的菜单
多彩的自制果醋



入口通道川口先生很是喜爱

一楼台阶附件的小看版的记号随阶梯上升而变化。细长的通道没有入口处的门。完全没有车站的喧嚣感，像在自己家一样，给顾客带来很高的期待。

很有活力的新厨房里尽是是年轻又有活力的员工



开放式厨房从沙发坐席的两侧入口均可到达，使用了圆滑不易伤手的供菜台面。厨师长大林真树子是个年轻又活力的家伙。并十分热心于新菜单的研发和制作。

目前已经推出了很多美滋美味的自制果醋，从开业以来品种数量不断增加，现在约有40多种之多。像调和了可乐和牛奶的果醋饮料，当然还有应用到鸡尾酒和甜品中。菜单中的其他菜品如午餐时含有五种粗粮的套餐和日式印尼炒饭，晚餐则是每日一换的菜肉蛋卷饭菜等。和食的安排则是成套的多彩料理。年轻人总是喜欢把这家店和北下泽店相比较，中目黑周边写字楼较多，顾客年龄结构偏大，价格大致差不多。作为能够让顾客感受到回归自然，放松心情的好去处，深受好评。



Awatenvou

静岡県駿东郡长泉镇下土狩422-12

电话：055-988-6532

营业时间：11:00—21:00

午餐11:30—14:00

下午茶14:00—17:30

晚餐：17:30—21:00

(20:30后不提供晚餐)

静岡・沼津的人气小用品咖啡馆 更换店名，移到三岛后再次开幕！

“咖啡”在沼津无人不知，且倍受欢迎。这家店在2006年10月关闭后，换掉店名及场所，并于2008年1月再次开张。天然风味的店风也由此焕然一新。

乘地铁从三岛站出来后沿途步行20分钟。在铺着碎石子的空地上孤零零地有一所雪白的房子即awatenvou，这是被称为“maasan”的店主富冈masayo女士自己经营的咖啡店。富冈女士在2003年9月至2007年1月期间，在沼津市区经营了一家名为“café torrent”的店，这家店虽由两人经营，但每天营业时间很长，每天回到自己家里时已是深夜。也曾因过于疲劳而引发撞车事故。富冈因此有了新开一个自己一人就能经营的小店这种想法。就在这时，父亲说道：“如果真想说的话，用家里的那片地怎么样？”，因此富冈决定把店搬到老家去。将2楼改装成住处等店铺装修都拜托给了一位木匠朋友。

考虑到烹饪及招待顾客都由富冈一人来处理，营业时餐具会来不及洗，确保了厨房很宽敞，有5坪大，也开设了一个能看见顾客座位的小窗口。桌椅及室内装修都是原来那个店里的物品，是同样的风格。通风的空间也是该店的特色之一：入口及窗户都做成拉门的形式，这样天气好的时候可以一直开着。

如今，只有午餐时间时朋友会来帮忙一会儿，一般都是一个人操持。“我们这儿是咖啡馆，所以中午不休息，照常营业”这种中午不休息式的经营也是该店特色。因此店里的菜单设置成只有一种套餐，5种西式糕点和25种饮料。日用品的采购也经常挑选富冈女士自己中意的物品。有很多老顾客没有收到这家店的迁移通知，于是就自己寻来了。被富冈女士那“有点认生”的品格吸引而来的人，在三岛正日渐增多。



咖啡

在torrent, 仅食物一项就有25种以上的选择, 与此不同的是, awatenvou店里只有一种套餐, 5种西式糕点, 25种饮料, 一切都限定了且都有富冈女士一人负责。套餐一整天都只有一种选择, 而且每隔一个月都会更换成另一种风格。最基本的套餐是鲜奶油炖鸡、肉馅洋白菜卷和白酱汤等。茶叶来自朋友大西进先生的teteria店。



与以西式餐饮为中心的torrent (右) 相比, awatenvou (左) 菜单上品种有限。

店主

富冈masayo女士

从设计学校毕业后, 先后在沼津意大利餐馆及“Blue Water”咖啡馆工作后于2003年10月份开始自己创业。其豁达开朗的性格能使顾客平静下来。



将喜欢的一切表达得一览无余的装修风格

开咖啡馆的契机是因为喜欢摆弄日用品。在看到内设咖啡馆的日用品店后, 注意到“原来开日用品店也可以同时开设咖啡馆啊”后, 于是就想开一家日用品&咖啡馆这样的店。也曾犹豫过要不要一个人开店独自经营, 但即使会失败, 还是要做自己想做的事, 这才是自己的风格, 因此决定迁移(到老家)。也曾认为把自己家当做店铺, 公私混合起来不大好, 但实际迁过去后才发现自己非常喜欢那种自然而成的环境。也经常想放弃想不干了, 但因为喜欢这样的工作(而作罢)。愁眉不展的时候总能收到来自顾客朋友的帮助。我年轻时是盲目地自信, 现在却明白能持续到现在都是托了朋友们的福。像焦糖牛奶到处都有, 却有顾客特意来店里品尝。如此想来, 真觉得高兴。



上/厨房面积5坪。水池2个, 煤气炉4台, 空间如此宽阔, 能容纳一人在其中工作。右/在将厨房和客厅分割开来的墙上设有窗口, 如此就能待在厨房里看到客厅及入口的样子。



上/店铺面积约15坪, 共16个座位。入口正对外及右手边是日用品储藏角落, 左边往里是厨房和客人座席。右上/桌椅等都曾在以前的店里使用过, 是朋友手工做的。桌椅摆放得像教室一样, 令人怀念。6人桌曾摆放在以前老家的门厅里。右下/沿着墙壁在靠近柜台处还准备了三个座位。

日用品

日用品挑选的是富冈女士喜欢的木质、铁质和珐琅质的物品。挑选标准是: 十年后是否还能使用。挑选原则是随着使用年限的增加, 物品越有岁月沉淀的感觉。商品构成幅度极大, 有设计师朋友的作品, 也有旧用具、餐具、包及服装装饰品等。



上左/沿楼梯上去就是住处, 右边的办公室平时当做日用品储藏角落。上右/陈列着汤勺等餐具。右/店里也出售服装装饰品。





新店用蓝色的瓷砖砌成的墙壁是小店的标志

店面改装自中崎町的袋小路上的一栋简陋老房。由角谷亲自动手砌成的蓝色瓷砖墙壁和店门口的小黑板成了小店的标志。由于坐落之处人流量很小，小店酝酿了一种恬静的氛围，又带给人家的温馨之感。

Caneton

大阪市北区中崎3-1-12

☎06-6374-5099

營業時間/12時~20時、

土・日曜 ~19時

定休日/木曜、月1回不定休

<http://blog.auone.jp/caneton/>

曾经是6坪的小店



攝影/夫馬潤子

1999年开业，2001年搬家的小店，原来的选址在中崎町的繁华地带。现在的店铺仍继承者手工打造的店面风格。

虽然中崎町离大阪·梅田很近，但还留存着不少古旧的民宅和从前的小店。这几年陆续有由旧民宅改造而成的咖啡店、杂货店和画廊开张，受人瞩目的区域旧貌换了新颜。作为此潮流的引领者的就是这家杂货咖啡店 Caneton。

开业时间是1999年1月。店主角谷知子所创造出的宽松的氛围成为一大话题，于2001年搬迁重装后依然保持着旺盛的人气。确立了作为中崎町代表的咖啡店的地位。

遗憾的是 Caneton 于07年5月闭店了。“这8年间，通过经营咖啡店，自己有种‘啊，做成了！’的成就感。想再认真考虑下自己究竟想要做的是什么。”角谷如是说。这以后，大概过了半年终于决定再开咖啡店。在此期间，友人开店也去帮忙，也尝试了一些新的挑战。“在帮忙其他店的经营的过程中，开阔了自己的视野，也学到了很多的东西。

这时候真切地感到自己喜欢开咖

啡店，于是决意要在自己留恋不已的中崎町开一家风格独特的咖啡店。”

07年12月开始寻找开店所需的物品。还是相信原先开业和搬迁时曾打过交道的房产公司，08年3月签约了现在的房子。椅子和桌子都是原来的店里用的，有的是自己家里用的，都一一运到新店来，橱和柜子前的隔板是朋友做的。地板和外墙的油漆都是角谷自己刷的，和以前的 Caneton 一样，只要是能自己做的都手工制作。

店铺的规模约为7坪16席，小巧舒适的店里有谦虚的角谷所营造出的轻松感。店内的空间布置既简单又可爱。

减少杂货增加了食品

想要制造出一个能让人感到安心的环境

新店与从前的 Caneton 最大的不同就在于减少了杂货种类而强调了咖啡馆的特色。在杂货上下的功夫也从5成减少到了3成。

开了8年的杂货咖啡店关门了 2008年，在同一区域再度开张！

在留有着旧区风情的大阪·中崎町里有一家有名的咖啡馆“Caneton”。2007年曾一度关门，但又于2008年4月19日再度在中崎町开张了。店主角谷知子所制造出的闲适空间同从前一样极富魅力。

我的目标是在悠闲的中崎町里开一家能让人放松一下的咖啡店。



店主
角谷知子小姐

凭着在餐馆做菜和做面包的经验，1999年在大阪·中崎町开办了“Caneton”。是将中崎町变得引人注目的先驱者。

店内装潢要简单明了！

将原本是老宅里的东西改装，把墙也凿了，地板也重筑了水泥。店内装潢的主题是“与鲜花相得益彰”。以白色为基调，整体感觉简洁，在桌子和架子上装饰以当季的花朵。在和友人商量后，决定以角谷给人的印象色——天蓝色作为点缀，将墙的一部分刷成了天蓝色。使店内更添一份柔和之感。

开业费用约为400万日元。顾客群以20岁~40岁为主，近9成是女性顾客。由于店内简约的装潢风格，前来消费的单身男性顾客也多了起来。客流量平均一天是20个人，双休日为30~40人。人均消费约为850日元，每月目标盈利为50万日元。

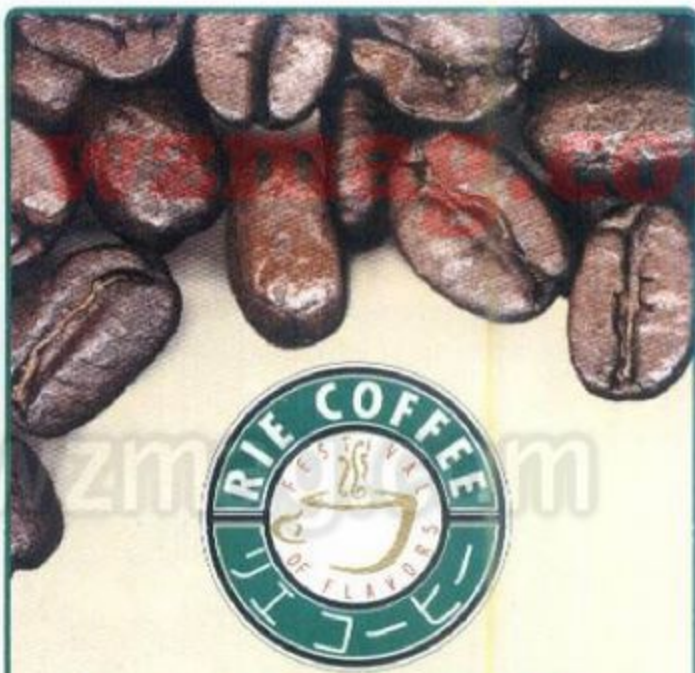


角谷想打造一家“与鲜花相得益彰”的店。在桌子和橱的附近都装饰有在附近花店买来的时令鲜花。



上/橱里除了摆放着杂货，还有小点心和红茶。上左·下左左/像兔子窝一样的店铺里，进门就是开放式厨房和陈列架，里面才是座位。下左/4月12日~25日期间，店内还开了画家2人组 décollage 的绘本展。

上左/接待客人和料理的制作全由角谷一人包办。上右/写有店名的木质叉子和小刀也作为装饰摆放在一旁。下左/在活动期间会贩卖相关杂货。下右/小店自制的烤饼也放在玻璃罐中展览。



Specialty coffee asks for good beans

コーヒー

レギュラーコーヒー各種
オーガニックコーヒー
フレーバーコーヒー(ヘーゼルナッツ等)
カフェイン抜きコーヒー
Roasted in San Francisco



＝ギラデリ＝

ココア&チョコレートソース
ココア

チョコレートソース
クリーミーキャラメルソース
クラシックホワイトソース
チョコレートチップ

Rie's NYチーズケーキ

クラシックチーズケーキ
チョコレートムースチーズケーキ
アーモンドベリークリスピーチーズケーキ

Products of the U.S.A.

カフェ開業に関するお悩み
(コーヒーマシン、メニュー、豆選びetc.)
何でもご相談ください。

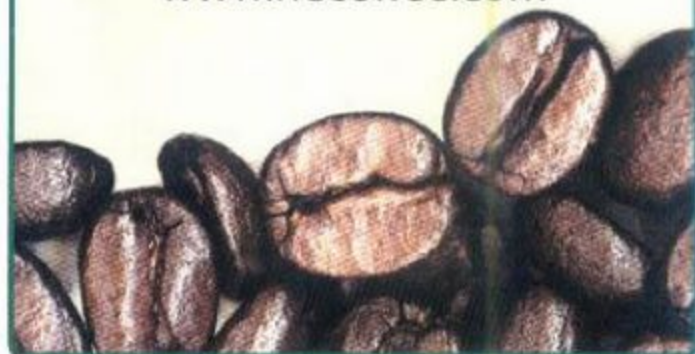
RIE COFFEE®

ショールーム & カフェ
東京ヒルトンホテル B1F
東京都新宿区西新宿6-6-2

Fax: 03-3342-0262, E-mail: nagata@riecoffee.com

Call us: 03-3342-0220

www.riecoffee.com



[資料請求番号7802]

可爱的 杂货大集合

平时店里会有5~6种由角谷精挑细选出的杂货。店里的常备货是住在石川县的chaco做的手巾(下左)和角谷的艺术家朋友mizuki的CD、“karelcapek”的茶杯和茶托(下右·下下右)等。我们去采访的时候店里正好在展出绘本展,所以还贩卖绘本风格的明信片(下左)。杂货收入占营业额的一成。



Chaco
手巾



明信片

白桃茶



英国花园

胡桃小甜饼



小雪球

玄米麦片块



草莓防露

杏仁瓦饼



下午茶托盘



good tea
茶杯和茶托

展示会一般为期10~14天,这期间也会出售相关周边产品。“即使种类比较多也不会成为一种浪费,从盈利的角度来说总是不嫌多的。现在精力都集中在接待客人和制作料理上,想要制造出让客人们能一下子放松下来的空间。”角谷如是说。

这样的想法也反映在菜单上。从前只在周四午餐时间有售的餐点现在每天都有供应。店里还准备了3种三明治和3种吐司。包括周日限定品和时令商

品,甜点共有4种。饮料也比以前多,有大约20种。此外,手工小甜饼也相当有人气。

想要继续开咖啡店是因为“不能忘记自己最初的心愿。还有不想勉强自己。”角谷说。角谷所倡导的是将客人的心和自己的心连接在一起,创造让人轻松的空间,这样的自然理念至今仍支撑着“Caneton”的旺盛人气。



意大利熏火腿色拉



炸鸡百吉饼

三明治加入了切成一口大小的法式面包、土豆、橄榄,在女性顾客群中人气非常高(上上)。炸鸡百吉饼中加了芝麻酱的量也很足(上)。两种都是加饮料880日元。



ブレンド
コーヒー

季節のトワイフル



香蕉雪纺蛋糕

角谷亲制的 面和甜点分量十足!

乳脂松糕是在一口大小的雪纺蛋糕上加上时令水果和鲜奶油制成的(照片上的是“草莓和焦糖酱”)。加上饮料是800日元。

限定菜单里才有人气雪纺蛋糕。其浓郁的香蕉香味是其特色。配上切碎的胡桃和鲜奶油做成的配餐(450日元)。

红茶 年度茶品2009(白桃)



烤饼

人气最高的烤饼配的果酱是小店自制的,根据季节变化有所不同(照片内的是原味果酱)。甜点套餐有4种饮料可供选择,售价800日元。

ディム マン マン
甜蜜蜜

兵庫県神戸市東灘区岡本1-8-1
有本西ビル1C
☎078-441-0338
営業時間/11時30分～22時、
日曜 11時30分～20時
定休日/第2火曜
http://www.tim-ma-ma.com/



位于商店街内的小路上。手工制作的招牌（下右），保留了改装前的样子。以前把坐席设置到了路上，现在改为全落地窗坐席。



酷爱香港甜点和
和中国茶的两
姐妹所开设的
咖啡店“甜蜜
蜜”是面积不
满4坪的小咖
啡店。2008
年走到了开业
的第七个年头，
随着店面大幅
扩张，锁定更
广泛的客户层。
甜蜜蜜华丽转
型成熟风韵。

成熟风韵 甜蜜蜜华丽转型

开业7周年！
神户・冈本

架子上排列的中国茶瓶的标签是拜托擅长剪纸的常客制作而成的。青绿色Fire king茶杯是做奶茶用。店主搜罗了许多精品小物。



店铺于2001年7月开设于神户 冈本的小商店街。“甜蜜蜜”是香港甜点和中国茶的咖啡。现在于当地根基深植，店主船原小姐在迎来店铺7周年之际，决定为店铺华丽大变身。“是不是该要随着时代的变化更改我们的装修和菜单了呢？而且我觉得只有3坪的店铺很难有变化，所以决定半年前把半年前就空者的店铺租下一起装修。”将店铺面积扩张约两倍以及决定再出发的理念是“不论年纪都可以放松的轻松氛围和宽敞的桌椅设置”和“餐点菜单的变更”。

“以前店铺有小摊贩的感觉，小小的很有趣。但是由于太小，也限制了客服层。冈本由于是住宅区，各个年龄层的人都有，我希望店内的风格也能吸引。

改装前

店主姐妹亲自建设的，独创咖啡店

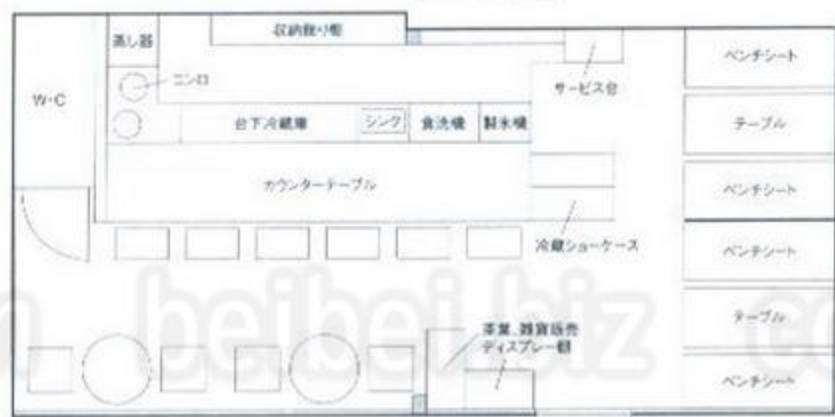


2001年7月开张。店主船原小姐和妹妹真美子小姐耗时3个月装修的独创空间。扩张到路面的店铺，面积约4坪，12席。人均消费为950日币 月销售额为80万日币（目标）。



改装後

专业设计 姐妹店“yuddy”成熟转型



隔壁差不多一样的店铺空置，就打掉墙壁重新装修。设置6个吧台作为，6坪18座。增添厨房设备。人均消费为1200日币 月销售额为180万日币。（目标）



上左 推开类似美国街边电话所使用的具有厚重感的门进入店内。上右 入口边即展示了中国茶瓶和礼品，茶器，装饰品等。

保留开业当初作为概念的香港电影“花样年华”风格，增添成熟风韵。架子和吧台，座位都是订制品。吧台椅子，是开业时找到的中古品。照明灯具由姐妹店“yuddy”同以家店选购，更添姐妹店氛围。



摄影/水野真澄



新设功夫茶

香港采购的中国茶，常备10种时令7种。单品以功夫茶形式提供。内容每3个月更改。另有8种香港饮品。

茉莉花玫瑰午餐红茶



养颜原创配方甜蜜蜜



茉莉花茶，玫瑰，菊花搭配而成的美容配方，深受欢迎。固定茶以功夫茶形式提供。

“当季配方”菜单里之一，用原创马克杯。考量美容与健康的配方是由工作人员提出的。
(630日币)

今日中国茶 (黄金桂)



八宝美人粥

在干贝汤内放入加入8种素材(莲子，赤豆，金时豆，黑米等)的粥品。装修后一度撤下菜单，但由于老客人的要求重新归来。(780日币)

饭 今日中国茶 (黄金桂)



健康搭配汤面

加入石桓盐调味，简单鸡汤放上葱，青菜，木耳的清爽汤面。工作人员每周更新“佐菜”。(单品780日币，佐菜 饭各加100日币)

餐点以面为主



考虑了以香港为主题特征的食品，准备了以面为主的5种餐点。搭配“今日中国茶”。常备粤式清蒸鱼套餐。

今日佐菜
(味增煨新土豆和大蒜芽)

保留香港甜点与中国茶概念



豆腐花

只用石膏粉凝固，果冻口感，加上红糖的正宗香港风格。冷热均有。健康大豆自然甘甜。



龟苓膏 (养颜龟苓果冻)

加入龟壳精华的汉方果冻，深受熟客喜爱。控制了苦味，十分上口。(520日币)



士多啤梨美肌露 (草莓美容汤)

草莓汤里加入木薯粉，白木耳，龟苓膏，香草冰淇淋的原创甜点。(630日币)

始终如一丰富的正宗香港甜点



开业当初就担当主角的香港甜点，固定8种，季节3种。调整配方，更新器皿。一部分品种，搭配午餐加300日币提供。

咨询经营咖啡店的秘诀

紧跟时代 自己和店铺的变化是必要的



店主

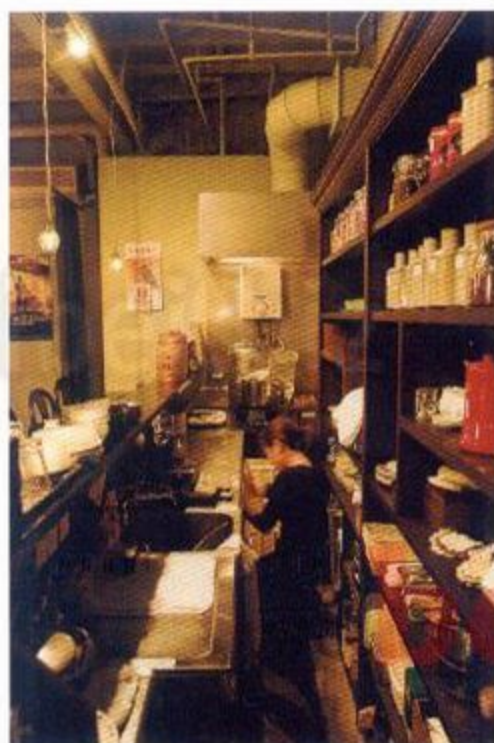
船原加奈子小姐
甜蜜蜜2001年7月于神户 冈本开业。和式点心和饭点咖啡店Yuddy于2004年7月开业(20坪30席)。仍在努力学习美容与汉方。还是网络作家。

常在经营书上能看到“维持现状就是衰退的开始”那样，店铺和我自己也与时俱进。甜蜜蜜的装修，也是怀抱着这个想法而行动的。不畏风险什么都试着做看看，如果顺利的话就不错，如果不行的话那就放弃。就是这样而已。如果觉得员工的意见不错，就试着挑战。即使失败也是为日后的经营打下基础。

作为咖啡店主的心得是“要攻守并存”。不破坏店铺的理念，却又一直探索新的可能性与时俱进是必要的。随后就是要信任员工。个人经营的时候，总是会容易有“没有安全感不敢托付与人”和所有的事都自己搞定的倾向。拿出勇气，是否能够信任员工也可持续的重点。而且，如果交付工作的话，员工也会发挥出以前你看不到的能力。虽然和开店没有直接关系，我会尽可能的体验我所感兴趣的事务。我觉得经营的提示，有时候会在那些完全无关地方出现。

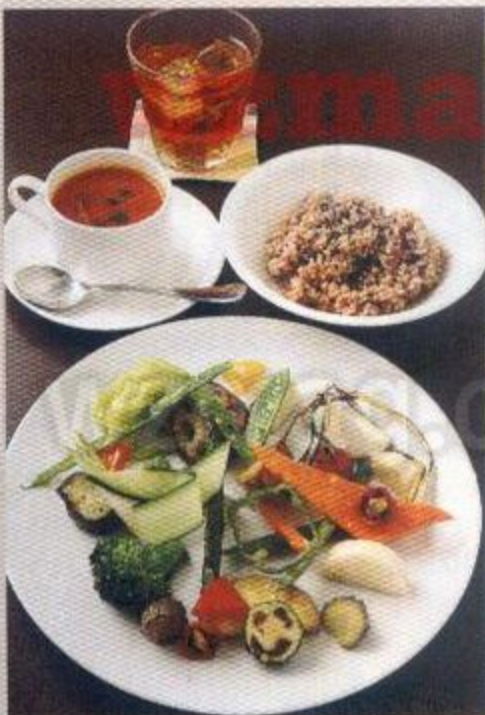
食品，同冈本姐妹店yuddy以米饭为主的健康套餐相同，只是以面类为主作为区别。“为了更强调香港风味”，特推出使用蒸笼的料理。新菜单的面类概念为“现有店铺里没有的美容养颜的清爽汤面”“女性一个人也会光顾的店铺”，用心开发新菜单。重新调整香港甜品配方，为了搭配店铺氛围，选购了更精品的器皿。

最初开业是店主姐妹亲自动手，姐妹店yuddy的设计和构思都是由船原小姐进行，施工则委托专业业者。这回是初次委托专业店铺设计业者，厨房设备也准备完全。以原店为基础，从08年4月起耗时3月关店装修。费用为700万日币，比预计略高，但是实质目标客户扩大，来店客数增加，销售额也在不断上升中。今后，还会陆续增加中国茶礼品装等和各色活动，走向第十个年头。3号店的构想也在计划中。



敞开式厨房最深处，2个煤气台和蒸笼设置。早上，处理好的整鸡和骨架以及蔬菜熬煮2小时制汤。(上照片)。员工包括店主为2~3人体制。

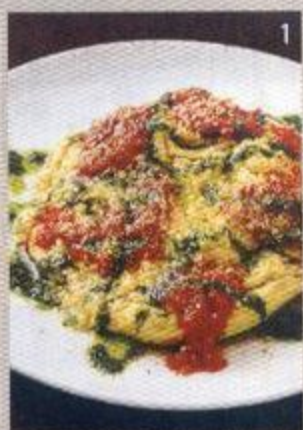




新变化

日本版米其林1星餐厅迎来的主厨

上/主厨垂石奈奈子，来自03年米其林东京版获得1星的法国料理店The Georgian Club。曾去法国留学，研究加入法国料理要素的料理。左/加入约20种蔬菜的盆菜为主的午餐。长芋保留清脆口感不做处理，藕焯过后弄碎加入黄油煎炒……等，各种野菜各自调理独特风味。糙米饭还有意式风味面包，汤（照片黄绿色蔬菜为番茄汤），付饮料。（1500日币）



荞麦粉法国派时令蔬菜和帕尔米芝士巴萨米克醋有机苹果酒



单品料理以蔬菜料理为主35品。另有葡萄酒和有机咖啡。

1 六本店的人气菜单，垂石小姐重新配方。看似简单的鸡肉饭，茄香四溢。1200日币 2. 还研究了适合露天坐席的料理。荞麦粉法国派番茄等蔬菜丰富。完美搭配苹果酒。1650日币。3. 采用有机香草豆荚与砂糖。入口即化。4 奎宁水与葡萄汁加入切片有机生姜。630日币

奶油焦糖布丁



特制生姜苏打

Yaffe Organic Cafe起源于2000年3月。由于开始是于六本木美容院的拼设店铺，就有了美容的意识，从而以有机作为店铺的核心。在露天咖啡坐品尝有机蔬菜料理，深受女性好评，一直营业了5年直到契约终止。此后，05年1月到08年1月在原宿营业，08年9月，在店主楠田康晴先生熟悉的涉谷三度开张。转移是所讲究的是店铺象征的露天咖啡座。由此，对店铺的要求就是要绝对的露天坐席。现在的店铺，原来是一家法国料理店，把整个店铺活用，桌椅都沿用以前店铺，开业费用控制在2500万日币。

保留原有理念，“能够品尝日常的有机蔬菜的店”。搬家时变化最大的就是料理。在涉谷店开张的时候，请到有留法经验的法国料理女性厨师，由此料理越发正宗更上一层楼。精致的装盘深受好评，绝大多数客人都是为美食所吸引而来。人均消费也较以往有所增加，晚上约4000日币。目标客户相较于原宿店年龄稍长，以30岁前后为主。每天平均客流为60~70人，店铺以绝好的姿态向目标月营业额400万日币前进。

供应蕴含法国要素的蔬菜料理

作为店铺象征的露天坐席



店铺最讲究的是露天坐席。涉谷店面对道路的屋外设有16席。店内，16坪24席。白色主调的简约内装。

始终不变的事

自从原宿店拆迁决定后，就准备搬迁并将桌椅等资源都妥善保存。露天桌椅就是以前六本木店就使用的东西。努力地去寻找在市内可以确保一定露天席数的店面。

六本木店内，以简单的外卖和单盆餐点等为主，现在我们请来厨师，出品更费功夫的料理。此外，涉谷与原宿店不同，位于办公室街上，所以午餐时间还贩售饭盒深得好评。



MT Corporation 经理

楠田康晴先生

从建立原宿店开始，现在负责客服与经营管理。妻子小野岳子是六本木店创业成员，现也负责经营。

搬家新开

人气咖啡的华丽转身再上征程！

在东京六本木深受到上班族女性支持的有机蔬菜咖啡，与在府中市打着地球上悠闲生活旗帜的咖啡店。两店于2008年搬家，在新地址保留原有理念火力再增，更添光辉。



六本木店开业于2000年3月，在商务设施内与美容院一同开张。

Yaffe organic cafe

YAFFA ORGANIC CAFE

東京都渋谷区渋谷3-27-5

東急ステイ渋谷新南口別館1F

☎ 03-6427-9988

営業時間/11時30分~翌0時

(フード23時L.O.、ドリンク23時30分L.O.)

定休日/不定休 <http://www.yaffa.jp/>

涉谷站新南口徒歩3分钟。位于远离涉谷喧嚣的商务饭店1楼。

2000年3月，咖啡店与美容店一同开张。作为有机蔬菜咖啡店先驱，得到了女性压倒性的支持。05年1月转移至原宿的3年营业亦是如此，08年因拆迁一度关门，随后涉谷店于同年10月开张。



不变之处

同店的“Achi面包房”，“自然育儿友会”也一起搬来了

上左/照片里面，公平交易商品的杂货柜。上中/回廊专用的别室。上右/比之前大的25坪厨房。从小窗可看见料理过程。



70坪的咖啡室置50席。与原店相同，用麦杆和粘土来装饰墙面和制作入口的塑像。

NGO“懒人俱乐部”的活动据点，为提议关爱地球的生活方式选择了“咖啡馆”，而不是饮食店。交通不便的原店的客人主要都是来参加活动或集会的，因现在一般的顾客也增加了，在考虑为顾客提供质量上乘，不比饭馆逊色的料理。选址此处的定因是窗户外面的风景。武藏野尚存的自然-----杂树林。搬店后可实现的范围宽阔了，如夜晚营业和举行婚礼等。今后还想销售当地自产蔬菜。



代表
吉岡 淳さん

1947年京都出生。30年间日本教科文组织在籍，在任连盟事务局长后退休。2001年成立Café Slow有限公司。



混入牛蒡和核桃的磅蛋糕 附豆腐奶油
黑芝麻和莲藕的豆渣蛋糕 附豆腐奶油
时蔬大餐



午餐有咖喱和盖浇饭等6种。夜晚有一日一换的单品30种。

1蔬菜甜点(各500日币)。2糙米饭配蔬菜的小吃2品(照片是蔓菁牛蒡黑芝麻炸饼和韭菜焖芋艿)，附咸菜，蔬菜汤(1200日币)。3当地产无农药蔬菜(780日币)。4山形产的无农药青豆和黄豆咖喱(1200日币)。5公平贸易的咖啡(450日币)和葡萄汁&冰红茶(530日币)。6夜晚菜单才有的自家制豆渣蛋糕(750日币)。



ほっくり温野菜
自然塩と玉ネギみそ



高橋さん家の
大豆カレー



セバレートアイスティー／
無農薬インタグコーヒー



おからのサラダ

カフェスロー

café Slow

東京都国分寺市東元町2-20-10

☎042-401-8505

営業時間／11時30分～16時 17時～22時

(フード21時L.O.、ドリンク21時30分L.O.)

日曜・祝日11時30分～19時

(フード18時L.O.、ドリンク18時30分L.O.)

金・土曜 11時30分～22時

(15時30分からはイベント営業)

定休日／火曜 <http://www.cafeslow.com/>



JR国分寺駅から徒歩5分の道路沿いに立地。専用の駐車場も完備。

2001年5月开业 选址于远离东京都的府中市，常举办活动，作为提倡“慢生活”的咖啡馆而受到欢迎。08年6月搬店后料理更加精进，开始夜晚营业，决心在当地扎根。



前店舗は3階建て。カフェは、50坪約40席。ナチュラルな雰囲気は共通。



慢生活咖啡的先驱 移址车站附近，重新丰富菜单

作为实现NGO“懒人俱乐部”理念的Café Slow2001年5月开业了。它在公平贸易的咖啡销售，烛光晚餐等方面都是时代的先驱，以咖啡馆为媒介来提倡关爱地球的生活方式。同店08年6月搬到更近车站的地方。开业费用投入2000万日币，购置了165坪的店面。有机，慢食，地域共生的理念不变。内装尽力再现原店风貌。料理以有机蔬菜为主，以完全与蛋类和乳制品，肉类等绝缘的素食为中心。来自荞麦面馆的师傅成为搬店后的新主厨，菜单的构成是简朴的日式料理。顾客层以30~50岁为中心，女性占了8成。带小孩的顾客也不少，周末的午间客流量达到100人之多。另外，每周五晚点蜡烛营业是惯例，“暗处咖啡”和集会等都是原店留下的传统。夜晚营业9月也开始了，月营业额暂订为500万日币，希望根基能够打得更牢。



以前同じ場所に出店していた店舗のうち、パン店「アチパン」(上)と育児グッズ店を併設する「自然育児友の会」は同時に移転。

併設のパン店「アチパン」、
「自然育児友の会」も一緒に移転

変わらないこと

曾经从事室内设计工作的石村由起子女士新开了一家名为“核之店”，实现了她多年以来一直想要开一家童叟均可享受乐趣的店的梦想。这25年以来，虽增设了日用品店、阳台等多处设施，但因其一直不变的多层次式住宅而受到了顾客们的不断支持。当初仅有石村女士一人经营着的店铺，如今已成长为除咖啡馆外还有日用品店和糕点房两家店、共有35名员工的店铺。另外，在5年前，在从“核之木”店出发开车行驶15分钟的地方新开了一家齐备住宿设施、日用品店和画廊的名为“志野秋之森林”的店。在奈良本地自是不用说，还要迎接来自全国各地的顾客。而石村女士自己不仅负责各店铺的经营，还负责活动的策划、经营及撰写书籍，极大地扩展了活动范围。尽管如此繁忙，却仍能持续经营咖啡馆的动力是她那如何才能优质地服务顾客思维。石村女士说道：“无论发生什么都不忘初衷，我时常都在考虑，如何才能让顾客更满意。”因石村女士不能常驻在店里，店里更重视与直接服务顾客的员工们间的联系。石村女士尽可能参加每周四的例会，检查每周须改变的菜单和店里的细微之处，鼓励包括兼职人员在内的全体人员都参与到店经营中来。另外在每月一次的全体店员休息日，全体员工们打扫店里庭院，连石村女士自己也帮忙收拾庭院、改变店铺风格。石村女士说道：我认为与员工们间的信赖比什么都好，我常请他们赐予我前进的力量。一直看重的是相互尊敬的感觉。我认为只要聚到这里的每一个人相互感激，如此大家可以共同进步。

“核之木”开业25周年！店长石村由起子女士经营咖啡馆以来的所思所想！

远奈良市郊区的“核之木”店这个夏天将迎来25周年庆！因其原始的存在感而受到多数人的忠实喜爱。我们尝试着探寻了其由最初的咖啡馆兼日用品店发展到今天，经过时间的磨练而依然倍受欢迎的理由。

核之木 一条店

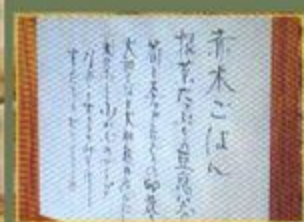
奈良市法莲町567-1
电话：0742-23-8286
营业时间：上午11:30—下午17:30
星期一至星期日：11:30—晚上21:00
固定休息日：每月第三个星期三
HTTP://WWW.KURUMINOKI.CO.JP

核之木

春季午餐 黑樱桃蛋糕

应季汽水

能让人享受满是蔬菜和水果的季节感的菜单



积极使用本地农家自然栽培的红米、蔬菜和茶叶等本地产的原材料。

当初仅提供焙烤糕点和饮料的菜单现在充实到必备了8种食物、10种饮料和12种甜点。备受欢迎的应季午餐每周都有变化，在每周固定休息日结束后的周四更新。工作日和休息日分别准备了50份和80份午餐也都会全部售完。在旁边的糕点房，会烘焙添加了很多应季水果的甜点般的日式糕点和焙烤糕点。使用了应季腌渍过蜂蜜的柑橘的经典应季汽水因季节的不同而味道不同。（核之木春季午餐1470日元、黑樱桃蛋糕480日元、应季汽水680日元）

取材 文 植田唯起子 摄影 川崎典子

1983年7月“核之木”开业！

一人在离奈良市中心稍远的田园处开设了兼有咖啡馆的日用品店。当初只有20个座位，菜单上仅提供茶和烘焙糕点。

1994年6月“核之木FIRUDIZU店”开业

在奈良市内国道24号线沿路上开设了一家有两扇门、58个座位的咖啡馆。室外阳台上也准备了15个座位，这对带宠物来的人来说非常方便。菜单上也增加了套餐、蛋糕及甜点等。

2000年4月日用品店“KAJYU”开业

日用品店在奈良市近铁奈良站前开张了。

2001年12月“KAJYU”店搬迁

在原咖啡馆旁扩建后将“KAJYU”店搬过去了。以前的店铺空间当做咖啡馆新增了48个座位。另外新建了一栋建筑，开设了一家齐备了厨房用具和器皿等日用品店“NOURASURU”。之后，也开始销售奈良特产。

2004年7月“志野秋之森林”开业

在奈良郊外志野秋河沿岸的田园处开设了“志野秋之森林”店。在原本是食宿公寓中有三处设备：2间只提供房间的“NOURASURU旅馆”；只提供主材的就餐处“饮食团圆 茄子菜”（共25个座位）；日用品走廊“月草”。每月会策划、举行1~2次的展览会或音乐会等活动。

2007年3月“核之木 FIRUDIZU店”关闭

当初租地合同仅签了10年，而在逾约3年后，当被告知原所有者要收回土地时才决定要关闭这家店铺。半年前收到关闭店铺的通知时，虽有不舍但还是不得不关掉店铺。

2007年6月一条店新增了蛋糕房

将原来“FIRUDIZU”店配备的生产蛋糕的基地搬到了一条店。将日用品店的空间重改一番后作为崭新的蛋糕房来运转。将日用品店所在楼重新修建后作为“KAJYU”再次开张。

2009年5月“核之木”开业25周年

2005年春季开始成为惯例的在大阪急梅田总部的限期活动室，作为纪念开业25周年、记录这个奇迹的特别策划新鲜出炉！5月15日石村女士的著作《私は夢中で夢をみた~奈良日用片&咖啡店“核之木”未完之旅》（文艺春秋）出版。

咖啡馆与日用品店同时营业。手感质朴的招牌从开业初到现在一直没变。同样由于石村女士一直不变的审美观而拥有全国性



另外，石村女士一直坚信“要想长期经营咖啡馆，经营平衡也很重要”这种分享（很重要）。“这样的构造，只有顾客来到店里才能维持。只用通过稳定的销售额来提升利益，才能长期经营咖啡店”。但是如果仅仅这样，绝不能陷入利益至上主义中去。

比如说空间利用。经过几次局部改革而形成的阳台，如今在午餐最繁忙时当做等候室来使用。以前也可在这儿进行午餐的，不过阳台处又同时连着店铺，营业的时候顾客和员工们穿梭其中，这让在这儿就餐的客人和等待就餐的客人有种慌张的感觉。而我想让顾客们即使是等待也能心情愉悦地度过，于是就变换了一下。另外，在开业第10年时新开张的“核之木 FIRUDIZU”店的关闭，也是出于这样的考虑。石村女士回忆道，“当时员工已增加到40人，如果到店里来的多数顾客因为一些细小的事而感到不愉快的话，那就……。当时正是苦恼怎样才能让所有的顾客都满意的时候。正在这时被告知有人提议出让土地，于是就断然决定关闭“FIRUDIZU”店。”石村女士也提到，“服务业就是要让顾客们满意。因此应该一边估计形势，一边朝那个方向努力”。因此只有不断摸索、不断进步，才能不断提供那种不变的令人感到放松的感觉。这大概正是其稳固人气的秘密所在吧。



店长

石村由起子女士

从事过与室内装修有关的工作，1983年开了一家名为“核之木”的店，随后先后增开了日用品店、住宿旅馆以及画廊等。其新书《私は夢中で夢をみた》（文艺春秋出版社）等著作也比较多。



店里插着当季的鲜花，那种宽敞舒适的氛围25年来未曾改变。开业当天，面积达35坪、有48个座位的店内满是顾客，接连几天都是顾客盈门。如今毗连咖啡馆的是两家店，分别为专门经营衣物和日用品的“NOWARASU”和汇聚了生活日用品、奈良产茶叶和自己做的果酱的“KAJYU”。阳台处休息室里准备了供顾客们看的杂志和书籍，体现了石村女士的审美观。告知顾客们在各家店里举行的活动和展会消息的小册子每月发行一次。



开业15周年!

15周年

CAFE VIVEMENT DIMANCHE

神奈川県鎌倉市小町2-1-5

电话: 0467-23-9952

营业时间/11点~晚上8点 休息日/星期四

HTTP://DIMANCHE.SHOP-PRO.JP/

店铺面积22坪、29个席位。到店里来的顾客有各式各样。开业初模仿法国咖啡馆而成的店铺，如今却张贴着西班牙女歌手NARA RAION的海报，总是很热闹。摆在桌上的插花艺术家CHAJIN的插花，角落里的GROOVISIONS小女孩娃娃，以及圣诞节时节小山千夏的演出，这种由长期支持DIMANCHE的创造家朋友们的作品融合而成的氛围，是这家店独具的魅力。



店铺在由小町路进去的第一栋楼的一处角落里。绿色的广告牌非常醒目。店铺虽有一半位于地下，但因为朝向大路处安上了玻璃窗，所以店里很明亮。旁边隔了两家店处有一家名为“CLARO”的巴西音乐CD店

因长期经营咖啡馆，而开始了崭新的世界!

最初是和母亲两人一起经营DIMANCHE的。开业2~3年后经营不济，尽是赤字。那时我觉得店铺（因人少）而大得有点空旷。

对当时的我而言，在决定店铺发展方向时，那些免费刊物充当了参考的角色。我也曾请作家朋友写了一些他们喜欢的在咖啡馆里发生的趣事，多半是这时才注意到“啊，原来人们喜欢咖啡馆的这一点啊”，而且想着“我也好想开这样的店啊”，但犹豫了再三，最终成为我的原动力的还是那种想要使人们快乐的心情。而“DOIS”“CLARO”这两家店，也是想着让赏光来咖啡馆的客人们更加快乐才开设的。

我认为，要想让客人开心并使店铺得以长期生存下去，咖啡的冲泡、咖啡豆的选择和美味食物的制作等方面的技能的提高不可或缺。说起这个，我是在开店以后才真正开始学习泡咖啡。大概是因为我自己比较喜欢窝在家里吧（笑），无论是咖啡还是巴西音乐，只要是我感兴趣的事物，我都会挖掘到底，现在也是这样。

其实大概是在2006年的时候吧，店里销售额突然就下降了很多。原因可能是作为主流的咖啡馆热潮已经退去，同时我的巴西音乐有关的工作增加，店铺过于巴西化。（笑）也曾在自己心里纠结过：是珍视开店以来一直光顾店铺的顾客、维持以前的形象，还是继续做自己喜欢的事呢？此外还经常被妻子说：还是做回你的咖啡本行吧。结果还是决定把自己喜欢的“咖啡”、“巴西音乐”结合起来。

wzmag.com

1994年4月26日 开业

在百货店工作，在咖啡馆实习后，26岁时自己开了家咖啡馆。在店里的装修风格和菜单表现自己对法式风格的喜爱的极具个性的咖啡馆。开业后，对咖啡产生了兴趣，每天不断摸索着



1995年1月 发行免费刊物

通过发行免费刊物“dimanche”（至2000年・21号之前都是不定期发行，刊印成册），认识了不一样的人，且通过画展以及其他活动等对咖啡的了解加深了，活动范围也更大了。



1996年～ 慢慢地顾客越来越多

开业两年以来虽一直苦于招揽顾客，但总是优先考虑“自己想做的事”，没有变换风格，一直都是自我经营。后来经过杂志介绍，蛋包饭备受好评，店的知名度也不断提升。



1998年4月 开始bosanoba学习会“domingo”

当时bosanoba并不广为人所知，于是只有在每天关门后和朋友们做一些在漫谈节目和片中介绍bosanoba的活动。而真正致力于巴西音乐的刊物“domingo”，之后在杂志上连载，2006年后作为单行本发售。



1999年 与“齐藤咖啡”合作

因在札幌“齐藤咖啡”发现了理想中的咖啡而把咖啡豆的批发交给了“齐藤咖啡”。自那以后，咖啡豆都是从齐藤咖啡处批发的。这时的咖啡馆已经作为“镰仓人气咖啡馆”逐渐稳定下来，伴随着咖啡馆热潮而倍受欢迎。



2000年年末 重新思考咖啡馆的经营方式

以税务调查为契机重新思考经营管理，咨询了税务师后，通过削减成本等高效率经营，萌生了开设2号分店的想法。



2002年11月 “dois”开业！

因为在咖啡馆附近发现了大约有5坪的空地，因此与有在日用品店工作经验的妻子千佳一起构思，开设了一家巴西日用品和咖啡物品专卖店。同年秋天第一次乘船前往一直向往的巴西。同时担任巴西音乐唱片的制作、撰稿、广播以及现场DJ等，这些与音乐有关的工作也逐渐增多。



2005年4月 “Claro”开业！

通过更新在仓库使用过的物件而开设了巴西音乐CD店。这时，店内的环境以及菜单等都有着巴西风格。而堀内先生也作为巴西音乐的行家活跃起来。



2006年3月 开始了网上小店

开始在网上销售原创物品及CD。反响非常好。



2006年9月末 散文集付梓

凝集了经营咖啡馆12年经验的散文集《我与咖啡、日用品&音乐》（由日本放送协会出版社出版）付梓。



2006年 咖啡馆销售额下降

可能受音乐工作的影响，咖啡馆的销售额在一段时间内下降了。堀内先生一边转向咖啡经营，一边企图在两者间取得平衡，仅在2007年一年由他亲自选曲、监修的CD题目达55种。堀内先生对音乐工作逐渐变得得心应手起来。



2009年 开始构思下一步的发展

今年迎来了15周年庆。员工管理由妻子千佳负责，经营状况比较稳定。堀内夫妇和9名员工轮流经营着3家店。如今咖啡馆和巴西音乐CD店是堀内先生的重心。一周基本上有5~6天都是在咖啡馆里，空闲时飞往于国内外，去见想见的人，做想做的事。



正反・让人觉察不到是一张纸的菜单。准备了40多种饮料、10种甜点和9种食物。咖啡馆（咖啡）以札幌“齐藤咖啡”的5种原创品牌咖啡为中心。甜点中除开bafe, gofuru和蛋糕也备受好评。而在最基本的人气料理蛋包饭“omelette”之外，巴西料理“mukekka”等也是推荐之一。（咖啡500日元，bafe・dimanche600日元，蛋包饭800日元）



CD店“Claro”里准备了200多种不同题材不同风格音乐的CD和唱片。可以试听



dimanche的另一个角色是生活用品原创店。这里那些满是涂鸦的纸餐巾和方糖都是从开业初保留到现在的趣味之一，而像马克杯以及T恤衫等也不断地出现在店里。



从dimanche步行约5分钟就来到了生活用品店“dois”。这里有咖啡货物、巴西&原创日用品，非常丰富。



店主
堀内雅志先生
生于1967年。在镰仓开设的店铺有“cafe vivement dimanche”（1994年）“dois”（2002年）“Claro”（2005年）。在经营咖啡馆的同时对巴西音乐也很精通，在CD制片及DJ等多方面活跃着。

在这时，妻子竭力为我仔细挑选员工，帮了我很多。这几年来多亏了妻子，销售额才逐渐稳定下来，并且几家店得以平衡发展。现在回想起来，现在能从事自己喜欢的巴西音乐这一行业也是托了经营咖啡馆的福。无论是咖啡馆还是日用品店，都是在长期经营咖啡馆这一过程中逐渐展开了新的世界，产生了新的可能。而我认为通过咖啡馆这一方式，应该能够发现很多有趣的事物。我想所谓经营咖啡馆的魅力，不正是这种自由么。

wzmag.com

wzmag.com



1994年4月开业。店铺占地约22平方米、包括可以与宠物同席的4个平台席位在内，店内共配置了20个席位。店内装修委托给了法国设计师。无论是巧妙采用了色调递进的墙壁，还是被漆成斑驳的白色的天花板横梁，均出自法国工匠之手。木制的地板经过十五年的洗礼，逐渐变得古蕴十足。靠近内部的地方采用木制桌椅，而靠近门口的地方则选择了藤制的桌椅，顾客在这里能够体会到两种不同的气氛。

置于桌上的瓶子之中，盛放着可供顾客随便拿取的曲奇（90日元~）。那些从法国购买回来的杂货也很有人气。现有员工4人，大部分都已在这里工作了三年以上。其中包括名津井在内有2~4人属于常驻于此的。



营业

15周年

LE CAFE MAMIE

Le Café Mamie
東京都目黒区下目黒5-1-11
☎03-3716-1095
営業時間/9時~21時
定休日/無休
<http://www.le-cafemamie.com/>



从JR目黒站步行15分钟。与一家室内用品店并排于目黒大道旁。

店主

名津井麻真小姐

在服装公司工作时是海外事业部法国地区负责人。

辞职后先于LE CORDON blue学习糕点制作，结束在“chez-matsuo”的工作后开始独自创业。并开始原创一些小物品。



刚刚开业时，只有“奶油蛋糕巧克力”与“巴斯克奶油蛋糕”这两种烤制点心，发展到现在每天都会准备十几种烤制点心。烤制糕点在好评之下，夏季销售额也在不断上升。

经营咖啡店一定要“用心”和有“自己的特色”

之所以会开始经营咖啡店，一方面当然是因为自己很喜欢，别一个很重要的原因就是想要将法式烤制糕点的美味传递给大家。

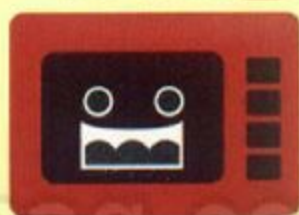
在较早时期可能就注意到了“虽然最初开始是因为兴趣，但还是要考虑如何去从事这项工作”这一点。如果没有“店不仅仅是自己的，还是为了顾客而存在的”这样明确的态度，接下来的经营就会变得举步维艰。实际上，我自己也曾数次产生过“想要放弃”的想法，所幸那种时候总是会想起那些给予我支持的顾客，会考虑到员工的生活问题，才能打消那样的念头。

越来越深刻地体会到在经营咖啡店的过程中，无论是体力、精力还是经营能力都缺一不可。

作为经营者需要在各种情况下作出最恰当的决定，而过于疲劳则易使人精神不稳定。这让我深切地体会到身体与精神健康的重要性。所谓精力就是指朝气和干劲还有注意力。这些对服务业来说都是十分重要的。

第三个提到的经营能力或许应该说是一个必需的能力，通过仔细纪录分析日报或是月度报告，以及一定时间内的和另售商品的销售额等数据，在发现自身不足的同时，来思考下个月、明年的经营方针。如同作为店内特色的糕点一样，顾客指南也要很用心地去准备。根据每个员工能力的不同安排相应的工作，一定要避免对顾客服务的疏忽。因为使用的是最基本的语言，要注意根据食品供应方式及电话对应方式的改变时时更新手册的内容。

WZMAG.COM petit BACKEN



『焼き』を楽しむ



ホワイト(基本カラー)

*カラーは5色からお選びいただけます



レッド(オプションカラー)



オレンジ(オプションカラー)



ブラック(オプションカラー)



イエロー(オプションカラー)

*必要に応じて2種類の
サイズからお選びいただけます

【8取天板1枚1段仕様】 【フランス天板1枚1段仕様】
本体 W665×L763×H529 本体 W725×L948×H529
炉内 W390×L465×H210 炉内 W450×L650×H210
電源 単相 200V 電源 単相 200V

プティ・バックンの特徴

- 特殊構造の扉による優れた密閉性
- 焼成の決め手となる安定した“上火”と“下火”
- 選べる微妙な火加減(荒火・軟火・極軟)
- 前後2箇所にダンパー機能を装備

<http://www.shichiyo.jp>



株式会社 七洋製作所

本社 〒811-2205 福岡県粕屋郡志免町別府577-1
☎092(611)0325(代)・FAX 092(621)6631
東京支店 ☎03(3740)2792 ・FAX 03(3740)2843
大阪営業所 ☎06(6865)2031 ・FAX 06(6865)2036
名古屋営業所 ☎0568(36)8222 ・FAX 0568(31)0328

[資料請求番号2357]

1994年4月 开业

以法国 Salon de The 那样的店铺为目标，希望营造出能让女性一边品尝着刚出炉的点心一边享受聊天乐趣的气氛，以一人之力独自开业。虽然在最初开店的时候只有2种蛋糕，但为了满足每天到店里来的顾客们，迅速推出了 quatre-quarts 与 tart 两种点心，开始每日交替供应。

1996年 推出物販专柜

加入了开业时就开始出售的红茶，用在法国搜集回的杂货和餐具等来补充丰满。取得了糕点制作许可，同时开始蛋糕销售。

1997年12月 ~ cookie couture 开始经营

开始接受从外资企业发来的制作活动时带有标志的曲奇的订单。同时因经营和对菜单的开发也开始接受对咖啡制造的鉴定工作。刚开始的时候只有曲奇的订单，几年后因其大受好评而开始以“cookie couture”开始售卖。

1999年 开通网站

开通时只放上了蛋糕的照片跟店铺地图。在2001年取得“LE CAFE MAMIE”域名后开始充实网站内容。cookie couture 的访问量增加。

2002年 开始送餐服务

开始面向外资化妆品公司活动会场接送送餐服务。对应经营理念和预算开始设计菜单。甚至也有除了点心的订单其它也“一包到底”的情况。

2006年3月 蛋糕邮购

通过千趣会开始了蛋糕邮购服务。之后到现在一直都在定期销售。

2006年5月 Beauty sweets 引发好评

咖啡馆菜单中加入了在送餐服务中倍受好评的“Beauty sweets”。

2006年 活动开始

店铺也开始了由法国食品振兴会提议的“餐前酒”宣传活动。从08年6月开始每年要举行数回由身为葡萄酒顾问的朋友主持的研讨会和 Beaujolais Nouveau party。在“品尝点心畅游法国”的活动中还提供期间限定发行的菜单。

2009年4月 迎来15周年纪念

2009年之前每年的销售目标都定在上一年120%，但09年因经济不景气，只将目标定为105%。其中包括点心在内的物販大概占了总销售额的4分之1。



因为有给法语学校提供食谱的这层关系，从09年4月开始开设了“讲给贪吃鬼的法语”讲座。

保持店铺的风格也许是个不错的选择。

在我还是公司职员的时候曾多次前往法国，因为对法国风情的向往才有了今天这样的店铺，但最爱的初衷却从未改变。

虽然把握好时代的流行趋势很重要，但若只是一味紧跟潮流便会失去自身的特色。另一方面，顽固而不知变通也会让客人厌烦，所以也要时不时加入一些小小的变化，在不改变店铺特色的前提下加入更多的新鲜感会更好一些。

例如若向 quatre-quarts 这种传统的蛋糕中加入一些副材料的话就会带给人一



牛奶咖啡

大理石蛋糕
(格雷伯爵红茶和橙子)

为回应顾客需求，不再只是单纯地经营蛋糕，渐渐地在菜单中加入了正餐和酒品。到了现在已经增加了含有 lunch plate 的正餐十余种、软饮料40种以及经过老板精品挑选的含葡萄酒在内的10款酒品。也为2年前开始举办的以健康、美容为主题的“Beauty sweets”准备了每月替换的2种蛋糕。一个是去年推出的大理石蛋糕，一个是今年2月份开始出售的 cake_sale，两种蛋糕每月提供一种。cake_sale 每组950日元，零售为400日元。大理石蛋糕每份500日元，经久不衰的人气咖啡售价550日元。



上/排陈列着 cookie couture、香草茶和一些从法国购入的日用品。为了方便顾客选择餐具这类种类繁多并时时出新的物品，还在一旁提供了至今为止销售过的商品目录。中/在分隔厨房与餐桌之间的柜台上放有烤制糕点的销售目录。下/手工曲奇的种类也不少，最近推出的栗国糖果十分有人气。

种现代感。而最近才出品的大理石蛋糕虽然也是源自一种传统糕点，但它却并不是将两种口味的材料混合在一起，而是采取将材料制成2种再混合到一起的方法，产生了一种与过去完全不同的美味。因为一直没有改变最初开店时所坚持的烤制糕点路线，才能顺利地被客户们认可。

无论从事何种工作，其基础都是人与人之间的羁绊。由顾客与经营者之间的羁绊所产生的东西有很多，也正是由于有它们的存在才有了今天的 LE CAFE MAMIE。

希望能够将“店是连接梦想的场所”这种想法传递给顾客和员工

如果要想将咖啡馆长期经营下去的话，最重要的应该就是开业前先确定自己的经营理念这件事了吧。如果能将选购和开业前的市场调研认真完成的话，其成效就会在销售额上有所体现，一旦认定自己已经找到了“正确答案”，即使在增加销售这部分出了问题，也是不会想到要改变的！相反，如果你在感觉“无法找到正确答案”的期间能够妥善地安排好家人，并且能一边坚持经营一边寻找正确答案的话也不错。

幸运的是，自2002年开业至今，营业额一直都不错，但扩店的同时就增加了租金和水电费，增员的同时加大了工资开销，如果我抱着“一定要存钱”这样的想法的话大概已经被压力打倒了吧。在咖啡店的经营上，因为在店里待的时间会比较长，所以单

纯地追求数字上的想法是很难维持经营的。比如提高价格之后来消费的顾客就会急剧减少，虽然也曾数次产生过放弃的想法，在时好时坏不断转变目标的期间，好像掌握了开心工作的步调。

去年因为增设了糕点铺，就连咖啡馆中提供的面包也全部改用自家生产的了，还创造了本店的招牌食品“葡萄干黄油三文治”。而且，加入了料理特别拿手的新员工，感觉可以让食品菜单部分变得更加丰满。能够取得今天的成绩离不开家人和员工们的共同努力。每个人在餐饮和小小烹饪店的开业和各种艺术活动中都怀抱着梦想，成为了互相鼓励的伙伴。或许将这家店培养成一个连接梦想的土壤才是我的责任，同时这也是这家店能够长盛不衰的秘诀吧。



左边是咖啡馆，右边是糕点铺和画廊。店铺和住宅混在一起坐落在静静的马路旁。

糕点店一开业至今就在卖的热门商品（2个240日元~）

咖啡单基本上与刚刚开业时相同。经过追加内容和修改过后菜单也一直工作到今天。包括：3种午餐、3种正餐、七种三文治、4种色拉、2种米饭、2种面食、一种汤、以及约45种饮料、20种酒、7~8种蛋糕。对于饮料与蛋糕会准备不同季节的MENU。（照片中的TALTO售价600日元，三文治850日元，茶650日元）



营业 7年 了！

CAFE BIBLIOTIC HELLO!

Café Bibliotic Hello!
京都市中京区二条柳馬場東入ル
晴明町650
☎075-231-8625
営業時間 / 11時30分~翌0時
(23時L.O.)
定休日 / 不定休

2002年12月24日 开业

有着在咖啡老店工作经验的小山夫妇独自创业，他们去寻找烧柴的炉子，并将町屋的物品全部更新。

2003年3月春 达成销售目标

目标是月销售突破200万日元
成为充满京都图书馆风格的人气咖啡馆。

2005年5月~ 巩固经营基础

商品价位调升虽然创造了销售纪录，
却在6月份时陷入低谷
秋季的时候对正餐和酒重新作了调整
月销售额突破300万日元。

2007年1月 计划开设糕点铺

员工提出了“想要制作面包”的希望，
趁隔壁清空这个机会开始了我们的计划
07年6月开始拆卸重要装修。

2008年1月 “HALO GALO” 完成！

糕点铺和画廊完工，开业费用为
1300万日元。最初开始的时候面包大约有
十种，就连咖啡的三文治也是用自家的
面包制作的。

2009年4月 在活动中销售糕点

在糕点铺中出售的“葡萄干黄油三文治”，
通过关西很受欢迎的电视节目的物产展贩卖，
结果每天能大卖200个！

店主
小山满也先生 裕子夫人

抱着对咖啡共同的热爱，两人携手开店的小山夫妇。两人都出生于京都。为了能够与孩子共同生活两人决定独自创业，直到今天。和长男明朗（2岁）一起。



邻接的糕点铺和画廊占地大约20坪。现在有15~20种的面包在出售。月销售额大约在100万日元左右。画廊的出租也是相适应的。



咖啡馆大约占地35坪，拥有30个坐席。占据了一面墙壁的书架和火炉在最初开店的时候成为了这里的象征。这里到处绿意盎然，令人心情愉悦。包括小山夫妇在内共有10名员工，其中三人为面包师傅。咖啡机是RA MARUZOKKO的。

取材·文 / 服部贵美子 摄影 / 水野真澄

将甜品和饮料做到极致，坚持小店方针不动摇

自2002开业以来，菜单上的主打一直是甜品和饮料。甜品从4种增加到了9种，08年开始还提供外带，但是其他食品不能外带。在这里开咖啡店最大的理由是被自然包围着的绝好风光。并非想要开一家客人络绎不绝的店，而是喜欢在这里能够悠然享受自然的景色。第1~2年营业额都不是很理想，为了能吸引更多的客人，还举行过一些活动，但又由于这些活动会破坏店里原有的氛围而最终停止了。此后，由于该店始终坚持自然的理念，营业额逐渐上升，现在的营业额已经是第一年的3.5倍了。

要持续经营一家咖啡店，最重要的就是健康和忍耐。首先，通宵营业的咖啡店对体能就是一大挑战。就算只是少了一个店员也会使整个店的运筹崩溃，到头来还会给客人添麻烦。我自己也会去健身房锻炼来维持自己的体力。其次，忍耐这一点可以从接待客人和教育员工两方面来讲。有时候会遇到需要赔偿的问题，那么首先要向客人道歉。然后再和其他员工商讨改善的方法。另一方面，对教育而言“从模仿中学习”是基本。失败也会有，但是我也好员工也罢都是从模仿中慢慢提高的。

对我而言，咖啡店是室内装潢、音乐、甜品、商品等自我展示的场所，从没想过要放弃开店。新的设想所需要的资金和时间还需要研究。明年隔壁会将一个大约80坪的仓库改造成画廊，这是3年前就计划好的。我想做的事情很多，对我的店来说真的需要的是细细品味慢慢积累，我希望它能成为被人们长期喜爱的店。

2002年7月 开业

因为想开一家能欣赏猪苗代湖景色的咖啡店，就开了这家“TARO CAFE”。菜单上有4种蛋糕和约30种饮料。

2003年~2004年 为招揽客人煞费苦心

搞过几次展示会和俱乐部活动，但是没有达到理想中招揽客人的效果，1天理来店的客人只有0~10个。

2005年 开始走上正轨

在blog和论坛上被广为流传，知名度渐渐提高！1天的客流量为20~30人，营业额趋于平稳。

店里招了一名点心师，在点心制作上加大了功夫。还致力于做一些原创的食品。

2007年 周末有100个客人来店！

平日里客流量也有50~60人。周末则有100人以上，变成了一家能举行婚礼的人气咖啡店！

2008年9月 增设了厨房

为了能做出更好的蛋糕和点心将厨房扩建到12坪还增设了蛋糕、点心、食品外带专用的窗口。

开业第7年！

TARO CAFÉ

福島県耶麻郡猪苗代町堅田入江村前704-3

Tel 0242-62-2371

营业时间/11点~19点

定休日/周三

<http://www.taro-cafe.com>

店主

山田昌人

出身于福岛县，45岁。曾经是视觉造型师。2002年投资800万日元开了这家咖啡店。现在除了本业开咖啡店之外，还进行咖啡店的设计。



近在眼前的猪苗代湖，背后的耸立着磐梯山，形成一幅绝美的画面，令人着迷。という。



莓子小蛋糕



苹果小馅饼



TARO混合咖啡

菜单上有“莓子小蛋糕”（500日元）和长时间烘焙上色而成的“苹果小馅饼”（580日元）等，9种甜品和约30种（“TARO混合咖啡”为650日元）饮料，热的小烤饼1种。开业以来该店一直将甜品做得很别致，现在由2位点心师傅来制作。可供外带的有生的菓子8种，烧菓子12种，饮料4种。

正对猪苗代湖的店里大约10坪24席。自开业以来家具和装潢都有了些许的变化。2008年9月，因为要新建外带专用的空间，将厨房扩建为12坪。店里自制的杯子和茶壶也广受好评。店员为6人。



以人气咖啡店闻名，将咖啡店坚持开下去的关键是什么？

从“不管是什么形式，都要把店坚持开下去”的想法开始——

最终在自家院子的一角建了一间小木屋，卖一些杂货。第二年开了这家咖啡店。到今年已经是第七个年头了。娘家是一家拉面店，家里有一条默认的家训：“一旦开始就要坚持到底”，所以哪怕是一周只有3天营业，也不管是以什么形式。都要把这个店坚持开下去。另外，家里也在自家住宅的一楼开了一间店，所以心情的转换时非常重要的。随着女儿的长大营业时间也想有所增长，另一方面和家人的沟通也很重要。所以暂时仍会维持原来下午4点停止营业的规定。

要坚持把店开下去，最终的其实就是接待客人这方面了。听到客人说：“来这里以后我的心情变得很好”就非常开心了。以前做健美舞的教练的时候就非常喜欢和人接触。把运动方式传授给人和把交际方法传授给人是完全不同的，我也深知与人交往的困难。因为有这样的体验，所以在接待客人时总能保持有内心而散发的微笑，这样无形中就拉近了两人的距离。

杂货店和咖啡店的5个员工当中，开业时也有认识的人，但是还是决定在工作中使用敬语，这样对客人也是一种尊重。

我也会想像今后五年甚至10年的经营情况还有自己的生活方式。那个时候会一点点懂得管理吧。大概这也是我这个外行一直坚持的原因吧。我本身是一个慢性子，从今以后，我也会一点点努力向着自己的目标努力。

2002年4月 在自己院子里开了杂货店

1999 年左右已经在计划之中，后来在丈夫的帮助下建了一间小木屋，开了这家“ブーグルチョコ”的杂货店。

2003年6月，重新装修自家住宅，开了咖啡店

在从事建筑工作丈夫的帮助下，动手翻新了自家住宅的一层。开了现在这家每周营业3天，每天营业5个小时的咖啡屋。

2005年4月，把杂货店移居到新建的房屋

杂货的数目不断增多，咖啡店也被马路使者探索发现并进行了报道。于是在自己的院子里新建了一间屋子，把杂货店移过去。工程全部是由丈夫负责的。

2006年5月，给外壁粉刷了白色

对住宅进行装修，顺便把灰色的墙壁涂成了白色。远远望去特别吸引人，更像一件咖啡馆了。

2008年7月 改建了厨房

增建了厨房，现在的面积是原来的2.5倍。增加了煤炉的数量，工作比以前更有效率。8月份出版了《咖啡日记——天然的生活的味道》

2008年10月 把杂货店移到车库

为了能扩大店铺，并更加接近自己梦想中的咖啡店和家的生活方式，扩大了咖啡店面积的同时把杂货店移走了。

店主

谷内知子

曾经当过健美舞教练的她现在是位家庭主妇。在自家开的淳朴的杂货店和咖啡店特别受人欢迎，出版了自己的著作，不断发展并活跃着自家的舞台。



距离东武日光线幸手站、几东宫站均约2KM。被水田环绕的一间小屋

开店第 8 年

CAFÉ BAGEL CHOKO

埼玉县幸手市千家754-3

TEL: 048-44-0369

营业时间: 11:30~16:00

定休日: 周日、周一

(另外, 周六不定休)

<http://www.cafe-bagelchoko.com/>

蒸笼午餐



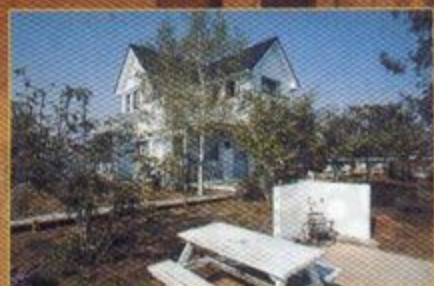
午餐 4 种，甜点 7~8 种，调和咖啡 4 种，红茶 15 种之多。午餐中最具人气的是小笼烧卖，加上时令蔬菜，一起放在蒸笼里供应的“蒸笼午餐”。此外，用家乡的原料制作的鸡蛋盖饭也很受欢迎。咖啡是现点现做。(蒸笼午餐 900 日元，布朗尼雪纺蛋糕 300 日元，咖啡 300 日元)

布朗尼雪纺蛋糕



BAGEL 原创咖啡 01

取材·文 / 糸田麻里子 摄影 / 渡边伸雄



出售亚麻制品和容器，品种齐全的杂货店BAGEL CHOKO (右上2)，于08年秋天搬迁至建筑用地上的一个车库里。杂货店和正屋由木板连接。客人坐席 (右2) 是由各种各样高度不同、大小不同的椅子以及坐垫组成。还有兼做画廊和收银台的侧屋。共28个座位。



咖啡店，就是一个到处有乐趣的地方。时间长了，信用也积攒起来了

读书时去世界各地旅游，在每个城市里一定会看到咖啡馆。每当这时都会松一口气，各种人聚集在一起，相互打听住宿的地方，交流着自己的见闻。那时我也想开一个咖啡馆，可以成为当地各种信息的发源地。最后决心在家乡鹿沼开一家咖啡店。

咖啡店开业初期，时间很多。因为是喜欢并初次接触的事物，那段时间总是考虑怎么坚持下去，也没有很大的目标和计划。只是将眼前的事情一件件做好。先是坚持一年，然后3年，直到现在。现在的营业额比较稳定了，才开始着手准备一些按月供应的饮料和应时的菜单。只要能让客人高兴，什么都可以去尝试，什么都可以做。一开始就定位于“平民的咖啡馆”，但是最终确定下来，也是最近的事情。一次次实践的结果是员工一个个都培养成了营业高手，营业额也大幅提升。平时总是注意千万不要达到最低水平，其他的就顺其自然吧。这难道就是“日光咖啡”开业以来，一直都不得不顺其自然的原因吗？（笑）。我是24岁初次接触咖啡，店员也都是20几岁的年轻人。除了感性和干劲，我更希望他们能发挥自助能动性去工作。因为过于谨慎，而过分的参与员工的工作也是不应该的。因为如果员工不快乐，也就不能把快乐带给顾客。如果长此以往我相信咖啡店也不能持久。希望我们的选择是多种多样的，有趣的。这也是我们尝试各种事情的原因。我们和当地的农场和同通力合作，实现了一个又一个的突破。

开业第 11年

咖啡餐茶庵是日光咖啡的第2家分店！

店主 风间教司

1975年出生。抱着活跃故乡鹿沼的想法，1999年开了这间咖啡茶餐厅。为了更好的发掘当地的特色魅力，计划于1999年春天开了这家“日光咖啡”的分店



从咖啡茶餐厅驱车前往，沿着杉树林荫路行驶20分钟就可以到达“日光咖啡”。对面有着30年历史的仓库是“アナログブックス”和杂货店“Ikokoioya”租借开的店铺片。也是很吸引人一个焦点。日光咖啡也有出租自行车和售卖农家蔬菜的业务，目前进行着成为信息发源地和好几种计划。

2009年4月1日

开店!

日光咖啡

栃木県日光市今市754

☎0288-22-7242

営業時間 11時30分~21時
(20時30分L.O.)

定休日/月曜

废墟般的建筑物，其实是明治时代的建筑，有着相当悠久的历史。墙壁和柱子是煞费苦心挑选的“破旧”的材料进行改装。照片正面稳重吧台的吧台，是以前书店留下来的。50坪的空间有39-45座，显得很充实。



日光咖啡，距离日光东照宫约有7千米。位于市内商业街的一角。是一个建筑历史超过百年并且充满趣味的咖啡店。对第二家店的设想是设计成为当地甚至鹿沼和全国的信息发源地。如果能够沿着日光例弊使街道的那条路开店就好了.....在所有这些计划中，首先要发掘邻镇日光的好玩的事物。3年前叔叔偶遇现在这个老式建筑并被它吸引。在他的说服下，中止了拆除并盖一座停车场的计划，并租借过来。改装期间的租金很低的，和乡茶庵一样，整个装修都是我和2个做木工的朋友一起规划设计并实施的。途中，曾因学习咖啡的烘焙技术而停工一段时间，最终在2009年春天完工。装修费用比预期的600玩日元多了好几倍，但是也受到了当地的高度关注。来店的顾客有各个年龄层的，开店初期的成果超过了我们的预期。



往返于各个古董店和要拆除的民宅寻找古老的家具，以便和这个古老的建筑更好的搭配。临窗的吧座，以及中间的2个座位都很有意思。平时是有3个人上班。和乡茶庵有20分钟的车程，风间平时都是往来于2店之间。

盘装蛋糕
(时令水果馅饼)

菜品是以本地食材为中心制作的!

开业初期只提供蛋糕和饮料。4月中旬开始陆续有3种食物上市。汤和咖喱都是用当地的蔬菜，有时也去本场和札幌考察市场。さつきポーク和ガレット的面粉是栃木生产的。糕点都是风间每天早上从乡茶庵的蛋糕坊运来的。(蛋糕1000日元，薄煎饼饮料套餐1600日元，咖啡550日元)



五月份猪肉馅料充足的薄煎饼

日光咖啡
面包



CAFÉ 郷茶庵

栃木県鹿沼市上材木町1737

TEL: 0289-60-1610

营业时间: 11:30~22:00

定休日: 周一

<http://kyochaan.seesaa.net>

乡茶庵位于鹿沼市政府一个安静的住宅区里，在一个根古屋的小胡同里。是一个2层小楼的民宅增建而成，现在有58个座位。停车场有12个车位。在古董店精选的家具和间接照明增强了店内的良好氛围，使每个角落都别具魅力。平时是3-4个员工值班。现在的月销售额有200万日元左右。空地内面积2坪的烘焙小屋，是风间先生和咖啡豆安静地相处，激发动力的场所。咖啡豆也会批发给当地5.6家饮食店。

1999年11月23日【咖啡乡茶庵】开业

100万日元装修了自家院子的一间住房，开了一个15座的咖啡店。3个月以后减少了酒精饮料的供应，主打咖啡。

2003年秋天，【花莲】开业
数年以后经过装修增建，在店对面一个大正5年建的民宅开了信息中心【花莲】。

2006年2月【ネコヤト大市】开业
以咖啡和花莲为中心的【ネコヤト大市】市场开始营业，成为了艺术家作品的展示地。每月第一个周日开市，1000多人在这里聚集，成为当地有名的市场。

2006年4月 决定了2号店的地址
位于日光市下今市站徒步3分钟就可以到达的魅力民宅，有着100年历史。和做木工的朋友花了3年时间进行了大改装。

2007年5月，成立了蛋糕作坊
在乡茶庵的一角，花了一年时间建成了蛋糕作坊。

2007年6月，自己亲手开始烘焙
在轻井泽のカワルマー开始了为期一年的基础的咖啡烘焙学习，开始自己烘焙咖啡。2007年6月，建了一个2坪的咖啡豆烘焙小屋。

2008年5月，新设了销售熟咖啡豆的卖场
在咖啡店的入口新设了销售烘焙好的咖啡豆的柜台，在庭院增加了咖啡管的空间。共建有58个咖啡座。年末，取得了制作糕点的营业许可证。

2009年4月1日【日光咖啡】开业
利用经营咖啡馆的业余时间设计装修的2号店【日光咖啡】开业!



蛋包饭



蛋糕和司康



木莓汽水

冰ORE



除6种手工精致的饭菜包括蛋包饭，特制咖喱饭和沙司外，也提供饮料，蛋糕和套餐。平时提供6-7种风间的母亲亲手制作的蛋糕，从开店初到现在都特别受欢迎。平时供应5中沙拉，30多种软饮料，7种酒精饮料。(蛋包饭(含饮料)1500日元，蛋糕&司康600日元，2种饮料各600日元)



坚持“人与人相遇、交流”
的理念,从一开始到现在
已历经十一年。在福岡,
绝对是咖啡馆创始人的
级别



1998年,本店开张于
天神之南的寺院地区。
木下姐弟想“让和自己
一样酒量差的人能够
有一个放松的地方,同
时也提供一个可以让
人与人相遇、交流的
空间”,这种想法当时
在福岡还是很少有的,
所以开这个店也费了
一番周折。一年间安
排了六十多个小活动,
有演唱会,戏剧公演,
不同业种的交流会等
等,从而被定位成了
一个多人集会场所。

カフェソネス

CAFE SONES
福岡市中央区薬院18-16-1
エジマビル102
☎092-741-8287
営業時間 12時~翌2時
定休日 火曜
<http://www.sones.cc/>

午餐时间(12:00~16:00)提供“sones咖喱”
和汉堡午餐等5种营养搭配合理的午餐(平日)。
晚上还会增加鸡尾酒和酒精饮料,大约300种
之多的饮料任君挑选。食物大约60种,甜点约
10种。(sones咖喱650日元,茶位570日元,
香蕉蛋糕和水果470日元)



香蕉蛋糕和
水果

茶位

sones 咖喱

CAFÉ SONES刚刚开张的时候,其目的是为各色人等
提供一个休闲放松的聚会场所。一开始也没有非常具体的
前景规划,但还是一路坚持了下来,因为自己觉得很开心,
所以想尽自己现有力量,一直做到底。从第三年开始举办
的活动“咖啡周”也是,为了让喝咖啡的人和场合变得更
多,开发咖啡的更多饮用场合而设立的。店名叫做SONES,
也是为了超越味觉层面,将五官的美妙感觉都传达给大家,
因为这个店名比较响亮,所以就用了它。

现在店员包括打短工(勤工俭学)的一共有16人。我
觉得员工就应该是一家人。到现在既没有一年以内辞职的,
也没有因为人际关系辞职的员工。每月一次全体会议,讨
论菜谱开发以及活动举办,也可以自由地提出自己想要做

的事情。员工的做事热情也很高,就算在SONES利益下滑
的时期,大家一样很有干劲,在修改菜品构成,制造更加
轻松柔和的店面气氛等这些方面,都帮了很大的忙。只是,
做事的热情,也是以员工的健康为前提的。所以我们安排
了充足合理的休假,也惦记着为员工营造更好的工作环境。

自从开了咖啡店以后,遇见了很多很多的客人。刚开
张的时候来的那些二十岁左右的女性,后来都陆续结婚了,
如今都带着孩子过来。咖啡店也不是非常能赚钱的行业,
但是,还是想一直做下去,就是因为遇见了很多这样的有
缘顾客。姐姐和我都感到了这其中的喜悦,发现了工作的
意义。就算不顺应行情,这个想法仍然不会改变。(雄贵
先生)

オープン11年め!

CAFÉ SONES
的第三家店是对
新行情的挑战!



店主 木下雄贵 先生 & 木下惠深 女士

店里由姐弟二人共同经营。姐姐惠深
女士原先是服装设计师,弟弟雄贵先生是
演员出身。想要建立一个让人们相遇并交
流的场所,所以1998年开了CAFÉ SONES。
两人生于长崎县。



菜单以加入大量时令蔬菜的和
食为主。以细致的加工工艺和温柔
的味觉吸引了很多回头客。米是来
自木下姐弟的老家的。午餐菜单分
为两种,每天交替使用,称为“孟兰
盆午餐”。(孟兰盆午餐“胡麻油
馄饨”700日元,调和咖啡420日
元,IYOKAN雪纺蛋糕470日元)

孟兰盆午餐
“胡麻油馄饨”

调和咖啡

IYOKAN
雪纺蛋糕

イコネ ICONE

福岡市中央区薬院18-16-1エジマビル101 ☎092-771-3282
営業時間 12時~16時、18時~翌2時 定休日 木曜



在 SONES 开业 3 年之后,在
同一座大厦的一楼内侧,ICONE 也
诞生了。有着高脚小座椅的以“和”
为主题的空间,让人有一种小憩的感
觉。另外由于 SONES 的厨房太狭
窄了,有些菜做不了,这也是 2 号分
店 ICONE 开店的另一个原因。

第二家店的主题是「和」
也增加了菜肴种类

(「和」为日本本土气息译者注)

2009年4月30日 隆重开张!

木下姐弟在咖啡店业界奋斗了11年之后,又开张了一家新店叫做TRENE DELI&BAL。Trene由单词“tree”改编而成,含有“为客人提供一棵可以休息乘凉的大树般的店”的美好愿望。起初打算将店开在东京,但是由于在太远的地方开分店,会导致店员的生活出现不便,这和姐弟俩“快乐工作”的思维方式无疑是相违背的。于是就在福冈寻找店址,08年冬,找到了合适的地方,这样第3家店的计划也就开始具体化。

雄贵先生说:“我想要在里面摆很多种类的酒,营造出一个有着酒吧风格的店。”在之前比较纯粹的咖啡店里难以提供的正宗西餐,接下来的几个月里,在这家分店渐渐热卖。食材有曾经在店里打过工后来从事农业的人

带来的,也有常客提供一些好的采购地点而去采购的.....店里那种“相遇而交流”的气氛,如今仍然活跃。

“此次作为新的尝试,提出设立照相馆和ARUBAS画廊建议的那个人,实际上也是当初SONES的一个客人。”雄贵先生说。写真照相馆、画廊,乍一看都是和餐饮业完全不搭边的东西,但是从“将人与人联系起来”的角度说,它们是殊途同归的。这种融合手段,今后也将会在新的活动当中应用到。

Trene是开在住宅区的,所以主要目标顾客群是下班回家的上班族,以及附近居住的各年龄层的居民。暂定人均消费是日间800日元、夜间2500~3000日元,目标月营业额是250~300万日元。

トレネ
trene
デリ
BAL
DELI&BAL

福岡市中央区警固2-9-14
☎092-791-9544
営業時間 11時30分~翌2時
定休日/不定休



建筑物朴素的气质,为设立写真照相馆以及画廊提供了足够分享的空间。并且离市中心也足够近,让人觉得很方便。所以第三家分店选在这个地址。

1998年9月30日 CAFÉ SONES 开业!

最初的员工团队是木下姐弟和3个勤工俭学的打工者。店铺规模大约11.8坪,20个座位,有着设计感很强的桌椅,营造出酷酷的气氛。因为店里酒品齐全,所以一开始把它当做夜店的客人不少,后来才慢慢作为咖啡馆,打出了自己的品牌。

2001年4月 “咖啡周”活动开展

策划了一个活用咖啡馆的项目,和其他店联合举办演唱会和话剧,电影等等,被称为“咖啡周”。从此以后,这个活动每年都要开展一回,现在已经成了当地春天的一个习俗。

2001年6月22日 ICONES 开业!

作为SONES的姐妹店,开在同一座大楼里。相对于“洋”的SONES,ICONES主打“和”的风格。店铺规模16.5坪,26座位。离写字楼区很近,午餐时间,很多对健康的日式食物情有独钟的上班族都会光顾这里,非常热闹。人均消费为日间880日元,夜间2000日元。

2001年~2002年 CAFÉ SONES 的菜品更新

自ICONES开业以来,客流一分为二,SONES的营业额减少了大约25%。于是提出增加菜品多样性的对策,结果每年营业额平均增长5~10%。夜间人均消费也由1300日元提高到了1800日元。

2006年 开始计划开第3家分店

不想拘泥于咖啡馆的营业模式,还想充实一些元素如酒类、菜肴等等,所以想开这样的一家新店,有在东京发展的打算。

2008年秋~ CAFÉ SONES 开始增加外卖服务

一开始是给一个艺术家朋友送餐,由此开始发展外卖业务。一传十传百,订餐量开始增加。后来订餐营业额发展到SONES营业总额的十分之一。

2008年12月 决定了第3家分店的店址

店址选在靠近福冈中心的一片幽静的住宅区一座44年的老房子里。改装费和运转资金等等开业资金花费了1000万日元。

2009年4月30日 DELI & BAL 开业!

经过约4个月的改装,3号店开业了。午餐主要是加入大量蔬菜的日洋结合的惣菜,以及DELI;而晚间就变成法式风格的BAR STYLE夜店。员工7人。SONES的外卖业务,今后也将应用于Trene。

“咖啡周”将迎来九周岁生日

每年春天,以福冈为中心召开的“咖啡周”活动,今年也将是第九次了。一开始是为了征集“由咖啡引起的乐事”,木下姐弟和朋友的店,两店联合举办了这个活动。2009年,除了福冈以外,来自九州各地、东京、青森、爱媛等四面八方的36个店铺都来参加咖啡周活动。活动包括餐会、演唱会、电影上映、咖啡工场等多个项目。增进了咖啡同行的联系,让各种人能够广泛地交流,这是活动最大的魅力所在。



2008年春“咖啡周”活动。以福冈为中心,在全国各地展开了150多个各种各样的活动项目。参加者加起来总计有10~12万人之多。

以人气咖啡馆闻名,将咖啡业继续下去的关键是?



一进门右手边向里走,是trene的地盘,面积40坪,有30个座位。为了让放着DELI(一种熟食)的玻璃橱窗在店外都能看见,店铺的墙壁是30多个常客义务帮忙涂的。



Trene午餐 菜品是各种各样的,丰富的, 以tapas为中心!

(tapas:一种西班牙轻食(译者注))

午餐的菜品主要是两个种类,叫做“Trene午餐”,任君选择。玻璃橱窗里陈列着10~15种DELI(一种熟食)。此外,从今以后,也要开发正宗的西餐诸如“苹果里脊烤肉”等作为正餐。(Trene午餐780日元,凉拌番茄200日元,南瓜培根沙拉180日元,苹果烤馅饼400日元,小点心1袋210日元)



右图是有照相馆的“ARUBUS”画廊。大人小孩在这里都能得到放松。Trene的顾客也可以在此自由出入。



南瓜培根沙拉

凉拌番茄

苹果烤馅饼

小点心

ロータス
LOTUS

東京都渋谷区神宮前4-6-8

☎03-5772-6077

営業時間 11時～翌3時、

金・土曜～翌4時

定休日 無休

http://www.heads-west.com/



采访引领东京咖啡潮流 开店9年的 LOTUS

LOTUS 自 2000 年 4 月于表参道街巷开业至今一直引领着咖啡潮流。那之后的九年间 LOTUS 已完全扎根于当地，成为人们休闲放松的好去处。我们请教了领导 LOTUS 一直走到现在的山本宇一先生。

继 1997 年于驹沢开业的BAVARY KITCHEN,有“东京食堂”之称的山本宇一先生又在表参道街巷开办了 LOTUS。那是一家能够让人充分享受美味、甜品与饮料直到深夜的地方。LOTUS 作为这样一个能让你体验到东京最新潮流的充满现代感的空间，成为了咖啡潮流的代表。在山本先生“想成为一个不仅仅只是简单消费的地方”的理念下,LOTUS 颠覆了以往店铺的设计概念，开始了全方位的改造，各方面都充满了新鲜的刺激感。并于 2006 年,将客人坐席全部用粉色和紫色粉刷一新。



咖啡



汉堡牛排



意大利拱佐洛拉蓝纹起司



菜单上的种类通常会维持在 60~70 之间。“因为自己很喜欢这样的价格”,所以一直走的都是低价格路线。而在食品菜单方面,则坚持以最初开业时的特色食品为主。肉厚汁浓的汉堡更是这里经久不衰的畅销食品。“保持特色食品的美味是很重要的”这大概也是执着的一种表现吧。(咖啡 250日元,意大利拱佐洛拉蓝纹起司 (Gorgonzola) 500日元,汉堡牛排 1100日元)

制订的主要计划和 计划中的店铺

2001年 东京・国立 & 自由之丘 [Table modern service]

2003年 东京・代代木 [TARLUM]、丸内 [dean & deluca]

2004年 东京・日本桥高岛屋 [子弹女仆] (07年闭店)、横浜 [水信冷饮店]、六本木 hills [Harrods Brompton]、东京・代官山 [holly]

2006年 新潟 [纳尔逊庭院]、东京・代代木上原 [AC PERCH'S THEHANEL]

2007年 丸内 HOUSE、立川 ecute [PAPER WALL CAFE] [丸善橱柜]、福岡 [COMMENT ALLEZ VOUS]、东京・原宿 [mother kurkku]

2008年 福岡 [HARUQUI]、东京・神乐坂 [龙公亭]、东京・南青山 [M-ACRALEN]、东京・涉谷 [STANDS]

ソー タイアード
SO TIRED

東京都千代田区丸の内1-5-1 新丸の内ビルディング7F ☎03-5220-1358

営業時間 11時～翌4時、日曜・祝日 ~23時 定休日 無休



2007开业的 SO TIRED 位于新丸大厦 7 层餐饮区“丸内 HOUSE”的一角，是一个由色彩鲜艳的彩色玻璃和天然木材用具结合产生的流行空间。由形见一郎氏设计的店铺，其最大的特点便是与其店名相反的，能将人的疲劳一扫而光的明亮舒适感。这里以神乐坂的中国料理店【龙公亭】的厨师长饭田龙一亲自做的正宗广东料理为主,同时还提供50种以上的西餐及甜品，并一直营业至深夜。午餐时间这里经常会客满。厨房被独立设置在大厅过道的对面，大大减少了顾客吸入油烟的可能性。和同区的其它餐饮店一样，这里也可以利用共有的露台客座部分。



在咖啡最热销时期，LOTUS一天要接待 600 名左右的顾客，现在想想，那样的数字确实有些异常。现在的话已经回落到了一个比较正常的范围，周末客流量高峰期会维持在 300~400 名左右。开业至今的 9 年时间中，LOTUS 这家店无论是从它的职责上来说还是从状态来看都已经发生了不小的变化。与过去相比，现在选择来这里放松的客人更多了，而且大多数都已成了这里的熟客。就连以前很少踏足这里的本地大妈们，现在也跟店员们培养出同不错的感情，时不时会带来一些自家煮的食物。这些“人情”的养成使得店内的气氛越发地融洽了。

最初我就是从都市的角度开始的，希望能通过自己的店铺来改变人们的脚步，进而改变其所在的街道。所以每当我看到 LOTUS 就会感到特别欣慰，因为它已经真正地融合成为了这条

街道的一部分。

LOTUS 已经经营了九年，这其中很重要的一点就是人与人之间的相处。无论是我与客人之间的交流也好，还是我与员工之间的相处也罢，都属于是个人与个人交往的范畴。或许这样的做法并不符合一般意义上的服务准则，但我还是会对我的员工们说“时刻记得要将你自己展现出来，在正确服务客人的同时还要做到快乐的服务。”不光要注意职业的严肃性，更要体现人的自由性。所以有时即使员工对顾客的服务滴水不漏，我仍然会批评她们“谈话过于死板”。也会有一些脱离了时代的员工，我有时间的话也会跟她们一起谈谈电影、音乐或是旅游和人生。我认为能将自己作为反面教材的话其实也不错（笑）

走在时代前沿的餐饮店 陆续开业！

1997年6月 位于驹沢的 BAVARY KITCHEN 开业！

从上午 9 点至凌晨 4 点这个时间一直营业提供“东京食堂”菜单的这个模式成为了东京咖啡热潮的源头。一时间仅能容纳 50 人坐席的咖啡馆一日要接待数百名顾客，人气大热。



1999年 下北沢 SPACE SHOWER BRUNCH 计划



2000年4月 表参道 LOTUS 开业！

充满现代感的店铺设计，多元化的菜单选择，以及刚强与柔美完美结合的咖啡成为了新一代的话题，也成为了咖啡潮流的象征。于 2006 年设计翻新。



2002年12月 表参道 MONN TALK 开业！

是与 JUN 股份有限公司合资开办的能够容纳 80 人坐席的社交餐厅。因其能在单调的基调下营造出“成人的游戏场”而成为话题。



2004年 POUND 开业！

位于 LOTUS 的二层，最初只是作为使人放松的休息室来使用，现在的话已经成为了一个可以举行宴会、画展及时尚摄影的场所。



2005年6月 GOPALU 开业！

对由 2003 年开始交付经营的 SPACE SHOWER BRUNCH 进行了美国式的翻新设计。



2007年4月 丸内 HOUSE 企划 SO TIRED、HENRY GOOD SEVEN 开业！

企划设计以“成人社交场”为主题的新丸大厦 7 层的餐饮区“丸内 HOUSE”。在这一区域内，8 家店的店铺毫无规律地混杂在一起。这个阳台和走廊、门房和卫生间等所有设施都含有的区域看起来像是一个巨大的休闲场。经营以 SO TIRED 和 HENRY GOOD SEVEN 为主。HENRY GOOD SEVEN 提供了由牛排和香槟、特制手磨咖啡、还有儿童套餐等自由组合的充满了新鲜感的休闲餐。

山本宇一 先生

1963 年生于日本东京，是 HEADS(有) 和 TABLE MODERN SERVICE(有) 的法人代表。在参与了都市设计及地域开发等项目之后，凭借着 97 年在驹沢创立的 BAVARY KITCHEN 和 2000 年在表参道街巷创立的 LOTUS 成为了东京咖啡热潮的先驱者。

在那之后，他在经营 6 家店铺的同时，还有许多新的经营企划，在诸多领域都相当活跃。他最近正在计划的店铺是位于涉谷的 STANDING BIA-BIA [STANDS]

对于那些有开店想法的人，我建议他们最好能作一个长期的计划。如果能够长期经营的话，那么店铺不仅会成为你生活的主要部分，更会变成它所在街道的一部分，也地产生像 LOTUS 所蕴育出的那种温馨的情谊。能做到这些话，那么它不仅是能实现想到开店的人的人生梦想，更会成为他们的经济支柱。

那么首先要做的便是让自己能够全身心地热衷于自己的店铺，只有以这样的热情开始才会有继续下去的可能。然后要热爱自己的店，总是发自内心地想要去照顾店的热情也是很重要的。我现在几乎每天都要在 BAVARY 和 LOTUS 用餐，而且坚持每天都要巡视一下自己的店铺。这其中当然包含了身为老板的自觉，但更多的则是源自我对它们的爱。

一旦过了 40 岁，随着自己亲手经营的店铺的增多，自然而然地会在这面积累不少经验。所以我的想法是不需要刻意地去收集别人的经验。原本 BAVARY 和 LOTUS 也不过是业界中的实验体（计数文化），如果一旦那将其视为了基准，又该如何去打破传统，如何创新呢，所以必要的其实应该是要更加大胆地去革新你的店铺和菜单。“丸内 HOUSE”也是这样，作为大投资体系大厦的承租者，却将自己的店铺命名为“SO TIRED（太累了）”，在最初发表的时候引来了不少反对的声音呢（笑）。最近像这样大胆的年轻创业者也许并不多见吧。想要拥有一家长盛不衰的店铺的话，就要随时保持对许多事的好奇之心，还要注意不要疏忽对于自我成长的鞭策。

「ブルーウォーター」は平日100~150人、週末150~200人が来店する沼津の人気カフェ。目の前を流れる狩野川を眺めるテラス席は、同店のシンボルともなっている特等席。

向当地受欢迎的店学习 是成为当地受欢迎的咖啡店的关键

沼津の“bluewater”这样的店名并不像咖啡店。而且在当地，这家店还是服装店和 livehouse。如果说有的人只是来闲逛看衣服的，当然也有人是专门来吃饭的。白天的客人主要是一些家庭妇女和附近的白领，晚上主要是夫妻或情侣，周末会有一家人一起过来，或者其他各种人群，当然也有很多回头客。

有十多年从事服装业经验的天野宏之先生于1998年12月在离沼津车站15分钟路程的地方开了这家“bluewater”。虽然认为“不是只卖了衣服就可以了，还要询问所要穿这件衣服的场所，并给出合理的建议。”，而且还对饮食行业很感兴趣，所以以这个想法为契机，决定开了这家服装与咖啡并卖的店。回顾了一下当时的情况说“

当时咖啡这个东西还不是很普遍的。之前也没有这样的店可以做参考，所以这种合并店是自己一点一点摸索出来的。所以客人经常会问“这到底是个什么店”的时候我们自己也解释不清楚，这种店的形式被人认可真的是经过了很长的时间。”

刚开始的时候，比起咖啡，虽然作为服装店更能被接受和认可，后来把谁都能吃得惯的意大利面的菜单构造进行了创新，开放了阳台的空间也很被看好，所以后来，作为“划时代的沼津”而增加了很多以年轻人为主的客人。更大的转折点是停车场的扩大。沼津这个地方是个汽车社会，每两个人就有一个开车的。来的客人经常一人一辆车，虽然店里的作为有48个，但停车位却只有10个。开业一年



ブルーウォーター

bluewater

静岡県沼津市魚町15

☎055-951-0001

営業時間/11時30分~22時

定休日/火曜

<http://www.the-bluewater.co.jp/>

在你所在的地方，有没有值得向别人推荐的咖啡店？在当地的郊区，有很多人从很远的地方专门前来，只因为这里有一个非常有魅力的咖啡店。因为在闹市区开一家受欢迎的咖啡店是要考虑地理位置和咖啡质量的，所以接下来让我们来打听一下这家店成功的关键。

在迎来开业三年之际，依据增加变化的提议而又开设了一些房间。不仅同时经营咖啡和活动，也会定期开展liveshow。店内的菜单也换成了以每日鲜蔬菜为主的菜肴。演出的也是“不来就不会了解的快乐”的表演。

直到现在，才变成了不论吃饭时间、周末还是假期都有很高人气了。从开业到现在经过了11年的时间，虽然看起来在已经完全扎根于沼津了，但天野先生说了很多关于他想要做的事情“因为不论是服装、饮食还是音乐，在都市都有很多的店，所以没有必要全部放在一个店里，但这里是沼津。比方说，因为有很多人不会专门去听音乐，所以会举办liveshow来传达新歌，并向沼津的客人们传达各种各样的事情。”目前还没有考虑开第二家店。“撇开道理来讲，虽然大前提是喜欢咖啡的，但是单纯的满足自己的喜好和欲望是很难经营下去的。还肩负着社会和区域的使命感，所以经常会问自己“这么做是为了什么”，而且为了本店而努力，还会经常会创造与客人的‘同感’”。本店受到了当地很多人的支持，对本店的接待、料理、空间等的质量都越来越期待，正因为我们会经常听取这样的意见建议并且根据这些意见建议就行改进，所以才有了这么多年都不变的人气支持率吧。



a 能看见河流和街道的咖啡店

店铺约120坪。在2001年因为隔壁大厦的墙壁坏了而扩大了店铺。还设有举办活动的房间共（25个座位）。在店入口是服装店，里面就是能看到狩野河的咖啡店阳台座位（48个座位）。走到右手边的尽头，也有一个房间。



现在的店员有：厨师6人，服务生6人，销售3人共15人。有很多都已经工作了5-6年了，员工以30岁左右的人为主。



从商店往里面看。细长的通道右边是厨房，左边是卫生间，往前走就是主厅了。

房间内的地板是由红色和黑色的涂料混合而成，还加入了而因时间变化有时才能看见成为红色的设计。



服装品牌有30多种。通过了解国内外的时尚信息搭配店内的服装，选择的都是一些有创意和高品质的品牌。

c 服饰和杂货的人气很高！



b 准备了与阳台相称的沙发



放有沙发的房间有20坪25个座位。与沿着河流的咖啡店相对称而选择了以黑色为基调的室内装潢。现有的大号沙发是因为不能确保客人的多少而专门定做的。

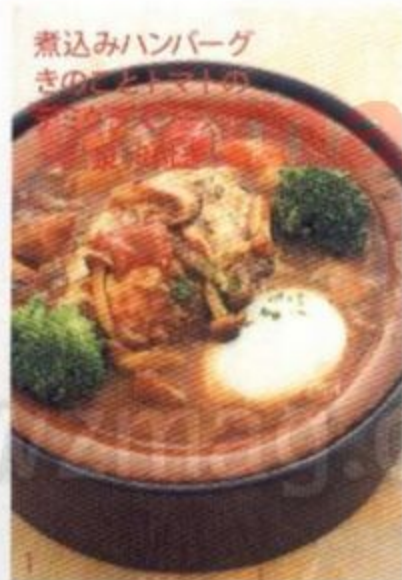
d 在停车场还有停车服务



在高峰时间一定要有一个员工在店外，帮客人把车放入车库。与店内的员工用无线对讲机联系，在客人出来时问清车牌号，提前把车开出来。



上左：在吧台也准备了座位。上中：员工自己做的免费宣传册，一年发行两次。上右：简洁的卫生间。



1. 用7成牛肉和3成猪肉混合而成的汉堡鸡，一个约180g。用柳川锅加热。（1365日元）
2. 在鸡蛋内加入蛋白酥皮、有松软感，并且在其中加入银鱼的日本风格的饭。（1155日元）
- 3.4. 店内的菜单里，3是在新潟产的“细流米”加入排骨、卷心菜等，然后烹饪20分钟（1470日元）。4是在三岛产的当季蔬菜中加入苋菜增加口感。（1155日元）
5. 在全麦饼上涂上鳀鱼风味的番茄酱，再放上空心菜和笋。（1155日元）
6. 意大利面有4种，是每周定期更换的。图上所示是“辣白菜黑胡椒意大利面”。（945日元）

也开展一些活动!



活动会在店铺前的告示板上写出。定期开展的现场表演每月连续举行2次（左）。工作坊有手工制作装饰品、帽子、在屋外拍照等各种活动，每次聚集30人左右。



董事长
天野宏之先生

1965年出生于神奈川。在服装店工作了十年，也有在原宿的饮食店工作的经验，于1998年自己创业开店。

カフェを
はじめて
思うこと

咖啡店就是提供快乐的地方

决定在沼津开店是因为河流在眼前流动有绝对的“空气感”。因为沼津是个汽车城市，与其在菜单中准备酒或下酒菜还不如准备沙拉、意大利面或甜点为主要食物。另一方面，确保有停车位是最重要的一点。除此之外，我们在饮食之外还提供了很多与现代流行的东西相结合的新鲜活动。

本店虽然是以咖啡和衣服为主，但更是一个不论音乐、室内装饰、店员的时尚感等都要和客人有“共同感”的场所。从各个方面进行准备，为顾客提供快乐。音乐会和各种活动也是为顾客准备的“最新的快乐”之一。

虽然曾经有因为员工人手不够而很艰难的时候，但是现在有很多值得信赖的员工。他们追求的是在日常生活中能够敏锐的捕捉到各种信息，并照自己的想法去行动。

与卖衣服相比，因为在餐饮方面与客人的交流较少，必须考虑怎样才能使客人在本店过得开心。因此，在本店每天早上会举行一个发表，员工就最近发现的新鲜事进行发表，并考虑“从中学到了什么，今后的工作该如何进行等”。并互相交流自己认为好的做法，发掘出客人的潜在需求，这些都与得到客人的认同相联系。不断的思考并发挥作用，且以此为责任继续咖啡店的经营，这是最主要的。

准备了30种亲手做的菜肴



上图：厨房共7坪。咖啡是基本固定的商品，店内其他是以每日更换的素材为主提供的。午饭时间，员工也会到厨房帮忙。下图：菜单中的食物照片是自己的员工拍摄的。



7. 有浓厚的香草味和入口即化的口感。（630日元）
- 8.（苹果酥甜点）照片中的是加了红茶焦糖浆的。（787日元）
9. 英国的营养饮料，有桃子绿茶等4种口味（各735日元）。最前面的是调好的茶。（525日元）

三宅商店

岡山県倉敷市本町3-11 ☎086-426-4600
 営業時間 11時30分～17時30分
 (12～2月～17時、7～8月～18時)
 土曜 11時～20時、日曜 8時～17時30分
 (12～2月～17時、7～8月～18時)
 定休日 月曜(祝日の場合は営業)
<http://www.miyakeshouten.com/>



历史悠久的建筑物层出不穷是岡山倉敷的特色景区。在那里的一角，重新复活了建筑已百年以上的“三宅商店”。经营本部的董事长辻先生说“本店于2004年2月在街边的位置，作为学习真实意义的生活的丰富性的场所而开业。想要好好的展示像以前一样的日本店风格。我觉得“商家集中地的咖啡店”也是有效地反映地域或像话的场所。”

摆放的家具等都是80年以上历史的东西。店名依旧是使用原来的店名，用了2年时间和800万日元进行装修和改造。花费100万日元准备厨房设备。2008年又花了200万日元进行改装，把10坪（1坪约等于3.306㎡）的仓库扩大为作为和活动场所。现在店铺规模包括住屋和仓库共60坪，50个座位。想要尽可能地再现当时的感觉，造成令每个人都很怀念和放心平静的氛围。

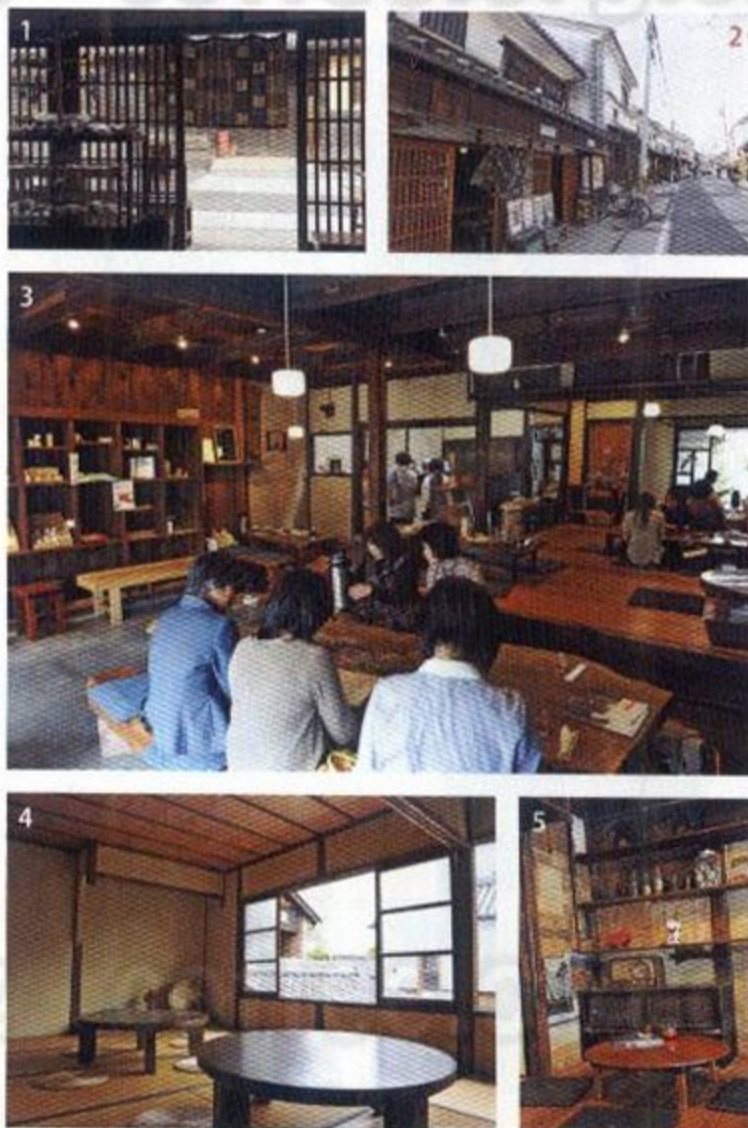
另一方面，在菜单上也能体现出辻先生的想法。想要实现当地产当地销，所以在食材方面都是向当地签约的10个农家购买约10种蔬菜水果。本店除了提供糕点师做的日日新蛋糕和按季度变化的冻糕，还有使用当地烘焙店自己烘焙的咖啡豆所做的咖啡。不仅是平常提供的咖喱饭很受欢迎，就连星期日早上限量提供的10种“早餐套餐”（550日元）也是颇受好评。

还有，同公司发行的以日常生活为主题的杂志《生活》和当地加茂纸厂生产的色彩各异的胶带纸等的人气也很高。店门口的贩卖占了总销售金额的1-2成，此外，还包含邮购和批量卖给超市或规模较大的专卖店。在旅游旺季的夏天，月营业额在450万日元以上、年营业额在3000万日元。约一半的客人是当地人，而且不仅地处观光地区，还因作为地域密集型的咖啡店而被喜爱。

以地域活性化为目标进行改造

本店坐落在还残留有江户时代景观的景区。保留了已经经历了两代的荒物屋“三宅商店”的店名，结合现代的茶馆进行了改造。在门外摆放着菜单等。

把这个有百年历史的房屋改造造成让任何人都很安心的店。



1.风把布帘吹得沙沙响也是一种格调。从拉门吹进来的自然风也是很重要的，所以没有安装空调。2.我店设在国家指定的传统建筑保留区。3.有百年以上悠久历史的房子会有一种很令人怀念的氛围。只有卫生间被完全改造到了能让轮椅进入的大小。4.2楼是针对团体客人准备的约能容纳20人的坐垫席位。5.墙上贴的是昭和36年的列车时刻表和当时很令人怀念的怀旧广告。



1.现在不太常见的黑色电话又重新受欢迎起来。2.店内最受欢迎的位置，能看见里面的庭院。3.因“更能让人放松的时间和空间”这句话，所以在外廊也准备了席位。4.店内所放置的货架和衣柜等全是旧的东西，打字机等也被作为室内装饰摆放出来，就是要营造出怀旧的气氛。



董事长
辻信行 先生

1967年出生于仓敷。
曾当过小学老师，自由教育人员。在当地的电视台担任过企划和制作等。为区域活性化出一份力。

我大学毕业后，在京都小学任教2年，之后出于对教育的考虑，曾一度到澳大利亚和新西兰进行教学视察。

回国后，在与学校不一样的场所，开展了一些把基于地域性的教育和地域活性化连接到一起的活动。

经营咖啡店也是其中的一环。想要留给人们“一如往昔的休息处”的印象。休息处，就是不论男女老少大家都能聚集在一起的地方。想要尽可能地保留荒物屋时代的三宅商店的感觉，还想直接体现日本风格店的精彩之处，我想，咖啡店这种形式是再合适不过的了。

如果使用当地的蔬菜和水果，也能带动当地的生产和消费。我店只提供当季的时鲜货，而且店里没有安装空调。只有这一点还请大家原谅，但我们也是希望客人能感觉到季节变化和贴近自然的舒适感。

今后的重点是提高员工接待客人的技巧。因为没有明确分工做食物和接待客人的工作，所以造成某些桌的客人确认性低，在繁忙的时候所提供的服务就不到位了。

虽然复古风是本店的特色，有些客人确实也会被立刻吸引，但也有些客人不太能接受。为了能更好地传达日本的传统美，就更希望强化员工接待客人的技巧。

开始传播真正丰富多彩的生活的意义

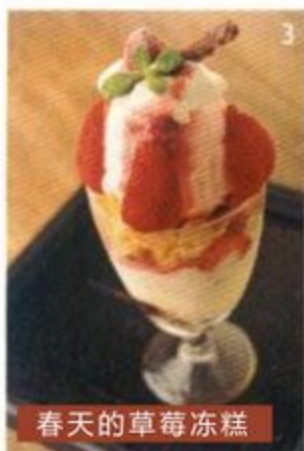
カフェをはじめて
思うこと



菜单是用很容易理解的大照片做成的。一年会出200多种套餐。糕点师每天会做4-6种。人均消费是825日元。



三宅咖喱



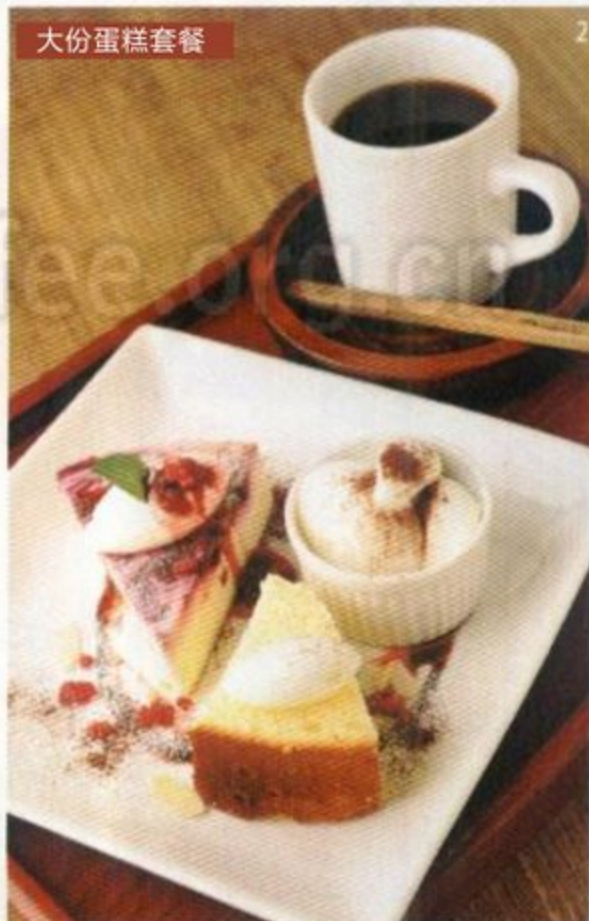
春天的草莓冻糕



掺牛奶的抹茶豆浆

使用当地的蔬菜和水果，
实现“地产地销”

大份蛋糕套餐



1. 平常提供的食物就是咖喱饭。是使用当地当季的蔬菜和有机无农药糙米制作的。还附有小菜和汤（850日元）。2. 4-6种的当日蛋糕中任选其一（照片中的是黑茶蘸草软乳酪饼）。除了经常换味道的迷你软蛋糕和奶酪之外，还有咖啡或红茶共900日元（要加冰激凌的话再加50日元）。咖啡是来自仓敷的咖啡店“自己烘焙咖啡尾原”的尾原混合咖啡。3. 依季节变化的非常受欢迎的冻糕。照片是冈山总公司拍摄的，图中是使用无农药草莓做的春季限量商品（850日元）。4. 加入炼乳的豆浆有种很亲切的味道很受欢迎（500日元）。

把仓库的一部分变成座位
和活动的地方



通过从主屋到仓库的水泥通道。建筑当时是个花园。通道边上的水沟还是当年的样子。为了使房子亮堂，在房顶设置了天窗，也可以给2楼通风。



本店也卖一些仓敷当地企业
或作家的东西或原创文章



1. 以仓敷为据点的设计师藤原敏嗣氏的胶带纸切割器。（2730日元）
2. 当地的加茂造纸厂制造的胶带纸（357日元两个）在全国各地的杂货店里都很受欢迎。3. “胶带纸放置盒”也是藤原氏设计的（2205日元）。
4. 同时贩卖藤原氏设计的玩具。
5. 三宅商店发行的《生活》（500日元）开始传达生活丰富多彩的意义。

1. 除了重新设计了窗户外，仓库也被改装了。仓库前的铺路石是把江户时代屋顶上的瓦片埋到土里改造成的。井就是当年的井。
- 2.3.4. 没有特殊活动的时候，在一楼就摆着10个座位。店内开的花是因辻先生的母亲而放的。
5. 2楼是有画展和特殊活动时使用的。从5月开始每周六也会有按摩服务。

HERE WE ARE! 45 CAFÉ

富山市奥羽町6927-29 ☎076-436-6549
営業時間/11時30分～20時(19時30分L.O.) 定休日/月曜
<http://www.here45cafe.com>



西班牙产的瓷砖铺设在店内,从大大的窗户和天窗有大量的阳光照耀进来。“虽然是屋内但是想做成像屋外似的空间”井上。

**在自家增建的空间里,
非常有开放感的咖啡馆。**



1.在居住的院子里,原本自家房子的南侧增建了店铺。2.入口的墙壁上,贴有可爱的图画。3.开业当时45岁的井上女士所取的含有[从这开始]的意味的店名。4.中午,温暖的阳光照耀的玄关,还记得以前女儿KANOKO游玩时的情景。5.以前自家的餐桌的桌面重新利用,做成长桌使用。

以前孩子们的游乐场所变成了大人聚集的咖啡馆

坐落在富山市郊外奥羽镇安静住宅街一座房子的院子里的HERE WE ARE! 45CAFÉ是在自家建造且被本地人知晓的咖啡馆。把咖啡馆经营的有声有色的是本地居住25年之久的井上和香女士和女儿KANOKO。在原本是园林庭院的30坪里增建了15坪的平房,2001年7月7日咖啡馆开业了。建筑物的中央建有2坪的厨房,L型的房子里设置有桌子和长桌。晴朗的日子里,充沛的阳光从天窗里照耀进来,心情也非常好。“这个庭院是孩子们小时候常常玩乐的地方。游玩场所取消后,建成了与当时印象中同样,太阳阳光充足照耀的咖啡馆。”井上女士。

菜单的话,除了有咖啡,红茶以外,根据季节不同提供果汁等12种软饮料。另外,包括三明治和烤土司,烙饼等简便食物以及店内自家制作的蛋糕和意大利面和蛋包饭等食物7-8种,店内总共提供35种食物。

开始时只有现在一半左右的品种,开业3年多后,在闲暇时间渐渐增加了品种。

另外,从井上女士有将此咖啡馆[作为大人聚集娱乐的场所]的想法开始,正常营业以外还定期举行的各种各样的活动。到现在为止,举办了钢琴和演唱等小规模现场演出,中川WANI的咖啡研讨会,母亲日限定的花展,以及跳蚤市场等。开业第3年开始加入运营的KANOKO小姐的网络中,增加了现场表演的频度。开业当初因远离街道所以知道的人很少,经营8年后的现在,从远处来的常客也增加了,人气也稳定了。周末客流不断,非常热闹。



店主
井上和香女士(右)
店员
井上KANOKO小姐
富山县出身, 24年前搬到现在居住地开设了咖啡馆, 从家庭主妇变身为咖啡馆老板。2004年女儿KANOKO也加入了经营。

咖啡馆
开始时
想的事

想要保持这种不变的氛围及新鲜的相遇

为了能让孩子们一起玩耍, 想要创造一个大人聚集的场所, 因此在自家的院内开设了咖啡馆。虽说是这样, 但是因为是投入了资金的, 所以并不是只有兴趣就可以。不好好的创造出利润不行, 因此非常努力。最重要的是“空气”, 也就是说氛围或者说精髓, 看不见的感觉。我们有共同喜欢及喜爱的东西, 有着共同爱好的客人, 会一直到我们这里来。我确信会是那样。另外, 由于店员更换, 店内氛围也会有微妙的变化, 不希望这种陌生感影响到客人, 因此变成只和女儿2个人经营。即使是微小的事情也想都给予关注, 那是我们的风格。一方面, 活动, 背景音乐播放, 各种杂货等, 若没有这些对客人来讲新鲜的小细节的话, 其实是个古老的店。总是期待着新发现和相遇, 正因为如此, 我们的分辨和选择是非常重要的, 氛围不变, 一直保有新鲜的感觉, 这种想法是店铺持续的根本。



标准餐

由2种小食和米饭、沙拉组成的每日不同的套餐。这天是蔬菜咖喱、煎蛋、米饭、凉拌蔬菜。(700日元)



鸡肉蛋包饭

从开业时就有的固定菜谱。鸡肉饭并不提前制作, 客人点餐后从切蔬菜开始手工制作, 并浇上肉汁。(800日元)



青空沙拉

以[晴朗天空下想要品尝的美味]意念所制作的沙拉。当季蔬菜进行配色搭配, 作成简单清淡的味道。(800日元)



饮料摆放在吧台内。滴落式咖啡的咖啡豆是从大阪的“TIP GRAFIA”采购的。

! 手工制作
家庭料理

手写的菜单, 是作为插画家非常活跃的KANO KO所制作。



卡布奇诺



烙饼

【想要尝尝手工制作的味道】菜单【因为想要喝一大杯, 并且喜欢剪影画】因此提供了大杯的咖啡。左下/点餐后开始制作的烤面包(400日元), 表面撒上黍糖。右上/黄油风味自制烤饼(200日元)和红茶(400日元)。右下/依季节每日不同的鲜榨果汁。照片上的是【柠檬和青苹果】(500日元)。



红茶

烤面包



今日新鲜果汁



内部装修用的墙面材料和地面材料等都是用井上女士找到的部分, 由施工人员施工完成的。从一个一个的细节到微小的色彩确认等, 到完成为止一共花费了10个月时间。椅子是由附近的小学转让的椅子油漆的, 有16把。

! 也销售可爱的小物品



也销售淡淡色彩的手工蜡烛, 小本, CD等。外国的旧画本的收藏品是非卖品。

内部装修特地使用了
喀麦隆产的木头



右·上 / 设计施工都是拜托当地的“堀内工务店”。店里有 16 坪 20 个座位。还购买了长 15m 的喀麦隆产的木头，从柜台到餐桌，架子之类的都使用了这种木头，使店里整体感觉很和谐。左 / 同时也准备了一张桌子四个座位的包间。



左 / 露台式的桌子也有（5 个座位）。桌子还有椅子都是拜托“欧布菲工厂”订做的。右 / 店店内侧的柜台。厚厚的喀麦隆式的木板酝酿出浓浓的厚重感。

在有 2 万人卖意大利面的城市里，1 天大概有 50 位客人

开库 咖啡

青森县三戸郡南部町大字吉米地下箱7
☎0178-84-3739
營業時間 / 11時～22時
定休日 / 月曜・第3火曜

从门口望进去，就能看到收银的柜台，左手边是厨房。



翻开“开库 咖啡”的菜单，最先让人惊讶的是密密麻麻排列着的 13 种意大利面。番茄、奶油、橄榄油等，仿佛不是咖啡馆似的，排列着变化丰富的种类。

这家店所在的南部小城，是位于青森还有八户市接壤的一座人口 2 万的小城市。存在于这个住家还有商店都不多的小城里的这家店是 2006 年开张的。店主小笠原匡浩先生之前在仙台还有安比做了 20 年的调酒师。在 41 岁的时候，决定回到故乡南部的小城，自己开一家店。之前有想过出售很多商品的洋果子店，但是还是觉得开一家比较有特色的店，能够吸引客人特地过来的店比较好。就这样，开了这么一家很特色的生意大利面的店。

店大概有 16 坪这么大。内部装修使用了有耐久性的喀麦隆的木头，全部都是特别订做的。面对着街道，有一扇大大

的窗户，一整天的阳光透进来，整个店铺里都被包围在温暖的氛围中。另外，考虑到能够方便的吃饭，没有准备沙发式的座位，安排了桌子还有椅子。

菜单以 15 种意大利面为中心，还准备了沙拉和点心。做包括点心在内的食物的话，基本都是小笠原匡浩先生一个人在做，而接待客人还有准备饮料的话，就是妻子深雪还有一名工作人员来负责。黑板上的自家制意大利面是卡鲁卡类里、塔里欧力、啪啪路德里 3 种。面团先放置一晚，到第二天成形，再在冰箱里放一晚，基本上是要经过这样的步骤。现在，每天大概有 50 位客人，周末的话，仅仅是午餐就有 60 个人以上。如今，作为拥有好吃意大利面的咖啡店已经得到承认了，接下来据说要增加咖啡的部分。



左 / 厨房大概有 5 坪。料理部分是小笠原负责，而接待客人是妻子深雪还有一名工作人员来做。右 / 自家栽培的蔬菜在黑板上很醒目。



展示着工作人员手绘的温暖的插图。左上·中上 / 卡片之类的。右 / 放在店门口的小黑板。





店主
小笠原匡豪 先生

20 年的调酒师经验，2006 年回乡的机会，开了“开库咖啡”。现在每天和妻子深雪（左）守护着这家店。

刚开始
开店时
考虑的是

利用自家制的意大利面来使这家店富有个性，吸引客人特地来品尝

在八门市周边提供生意大利面的店还不多，所以把它放在黑板上，使这家店成为一家有针对性的店。

在青森，有类似于南部仙贝之类的乡土料理，但是每种都是用小麦粉来制作的。所以，确信生意大利面肯定会被大家所接受。另外，由于是特别推出这么一种商品，所以在效率上也很高。

因为意大利面是我和妻子两个人来做，所以一天 60 份就已经是极限了。面粉的种类，搭配，揉捏的方法等等，经过不断地实验终于完成的意大利面是之用的岩手产的面粉。

因为生意大利面有很多种类，所以今后也要慢慢地增加店里的种类，想要给客人更多的选择。另外，由于我们希望客人能够吃到时令的美味食物，所以除了生意大利面之外，我们还提供自家栽培的蔬菜还有本地产的萝卜。每天不一样的时令菜单会在电脑还有电话的首页更新，向客人推荐。



同时也专注咖啡



左上 / 冰咖（500 日元）。右上 / 70° 抽取出的咖啡。在 60-65° 的牛奶上加上奶油，产生了独特的香味（600 日元）。卡布基诺的话，上面一定会加上可爱的图案。



熏鲑鱼和
绿芦笋酸奶油
调味汁

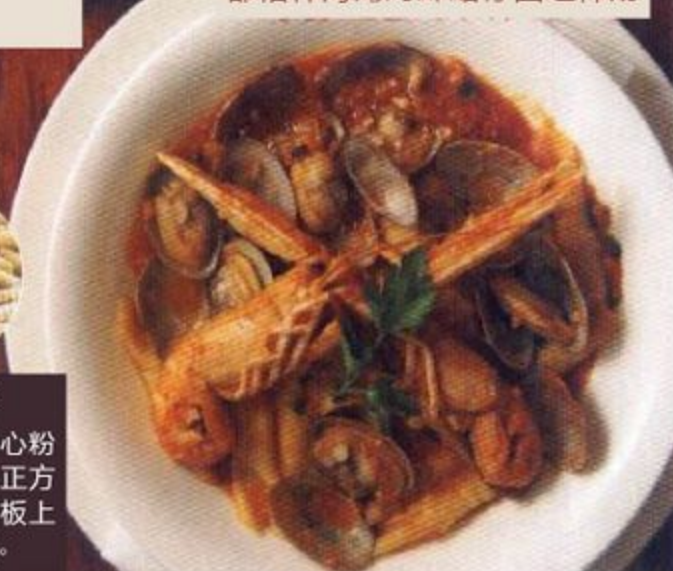


通心管面
有如斜切短通心粉
的形状。原是正方形，
后在专用板上被定型为筒状。



Pappardelle
如 1cm 宽的扁面条
般的意大利宽面，
口感粘稠。

都柏林海湾对虾蛤仔西红柿汤



每天亲手做
3 种意大利面

每天的 15 点~17 点，小笠原先生和深雪小姐两个人就开始做意大利面。将有三层厚的粉用面粉机将之碾至大约只有 1mm。将通心管面掏空用的是揉黄油用的工具。tariorini 要按照做乌冬面的作法切成细条。



tariorini
宽约 3 ~ 5 cm
的稍粗的面。
与西红柿、油
等所有的汤汁
可搭配食用。

右 / 将刷刷地切成大块的白菜和腊肉一起用蒜油炒后，与意大利面拼盘（830 日元）。右右 / 每天都更换的菜单。在东北能经常吃到的“fukudachi”是越冬后叶类蔬菜的总称。调料中放足了 fukudachi 与腊肉、洋葱的一种正餐（830 日元）。

腊肉白菜洋葱汤



腊肉蔬菜意大利面



提拉米苏



将刚刚抽出来的咖啡倒入面团中，就做成了美味的三明治。（380 日元）

凤尾鱼干酪奶油
蒜油烤面包



自家做的泡菜



左 / 在面包片上浇上蒜油、凤尾鱼和干酪奶油然后凡在微波炉里烘烤而成（2 个共 730 日元）。上 / 挑选胡萝卜、黄瓜等 5 到 6 种蔬菜烹饪而成（280 日元）。



为了显眼，特地用了和周围景色不是很调和的黑色外观。准备了可以放8辆车的停车场。据说很多客人都是开车过来的。

店的前面，一片广阔悠闲的田野。高井说“这美丽的景色也是店的一部分”。

HAPPY LIFE CAFE

新潟県三条市大字若宮新田719-1 ☎0256-45-6535
 營業時間 11時30～21時(20時L.O.)
 定休日 月・火曜(祝日の場合休業)
<http://www.happylifecafe.com>



魅力之处在于1个人也可以舒服待着的环境！



上/4个座位的桌子上，常常是坐着很多回头客。左/店里的客人8成都是女性。高井说“不是一定要搞成这么时尚的”，室内装修用了很多木材，希望打造成1个人也可以舒服待着的温馨的空间。

本地出生的店主经营的位于郊外的人气咖啡店

在悠闲的田园风景之中，有点突兀的黑色建筑是2005年9月刚刚在新潟县三条市开业的“happy life 咖啡店”。店前面，一眼望过去都是广阔的田地，从靠近玻璃的座位望开去，直接可以看到远处的群山。店内用了很多的木材，在柔美的灯光下，使得整个空间很宽敞。店内的7成客人都是本地的回头客，他们看看书，和店里的工作人员聊聊天，看看花开，悠闲自在的渡过这段美妙的时光。

店主是本地出生的高井美弥小姐。高中毕业之后去了东京，在一家咖啡店里打工的时候，被咖啡店的魅力吸引住了。回到老家之后，就想着要开一家咖啡店，但是既没有资金也不知道该如何开始，经过7年的准备时间，终于在父亲所有的农地上开了一家咖啡店。开业的投资金

是1400万日元。

本店的理念是“happy, casual, healthy”。定位是谁都可以轻松地进来的一家店。在这其中，高井小姐最看重的一点是店里的“空气感”，也就是说在店里的任何角落都能够感受到温馨气息。因此，工作人员都是很积极地与客人们交流，努力地接待客人。同时，如果有什么活动，包括杂货的贩卖，本店特有的东西都是发送消息给客人的。

菜单以健康和简单易懂为基本。高井小姐说“由于地点的关系，装修也好菜单也好，都没有做的很精美，就是想要有那么一点乡气的感觉。”这样的话，不管是年纪大的还是年纪轻的人，都能够引起共鸣。现在，已经成为了平日里30人，周末达到50~60人的人气咖啡店了。



店主
高井美弥子
小姐

1973年在新潟县出生。高中毕业之后去了东京，在各家咖啡店工作。98年回到老家，7年后的2005年这家咖啡店开业。

刚开始
开店时
考虑的是



工作人员的笑脸唤来回头客！



左 / 工作人员有4~5个人，基本上都是在这里工作过两年以上的，所以回头客很是眼熟。右 / 工作人员在和回头客聊天。



从想要开一家咖啡店这个念头出现，苦苦熬了7年，终于这家店开业。

但是，开业之后，也不会就那么一帆风顺的。开业刚半年，营业额就开始往下跌。那个时候，真的是很艰难，精神上也很疲惫。总之，想要休息一下吧，原本每一天的休息日增加到两天，这个时候，不可思议的事情出现了，客人开始增加，营业额也开始上升了。

这个时候才意识到，作为一家很看重整体氛围的咖啡店来说，工作人员的身心健康是特别重要的。

另外，每周店里都会举办一次有意思的活动，同时菜单还有店内的氛围也跟着改变，这样一来的话，就变得又开心又刺激了。

虽然说是给别人悠闲印象的咖啡店，但是由于是餐饮业，总的来说工作时间也长，算是重劳动了。即使是这样，休息日的话完全还是不考虑店里的事情，完全的做自己开心的事情。总是觉得，要让自己开心，才会让咖啡店也长久的开下去。

重要的是要从容不迫地经营店铺



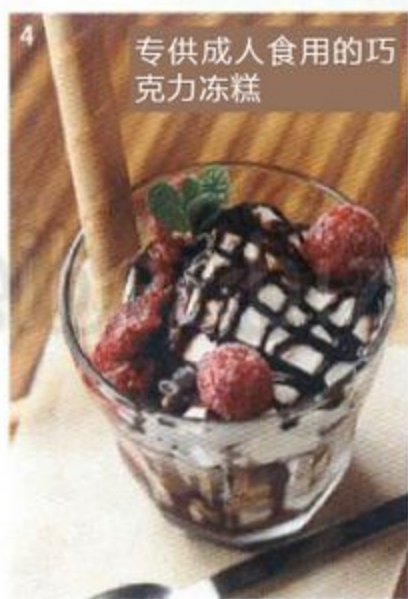
欢乐咖喱炒饭
(定期的)



纳豆辣白菜炒饭
(定期的)



佩格尔法国土司
巧克力香蕉



专供成人食用的巧
克力冻糕



榛子坚果
咖啡

黑蜂蜜黄豆粉
拿铁咖啡

1. 含有大豆的咖喱饭 (880 日元)。
2. 17 点 30 分开始的晚间菜单 (700 日元) 本着健康还有简单易懂的原则，准备了大概 20 种。
3. 点心 (500 日元)。
4. 冷糕 (580 日元) 大概有 15 种水果。
5. 饮料的话，大概有 80 种 (各 500 日元)



上左 / 窗口的沙发座位还有摆放着杂志和书籍的书架。上 / 从门口正面照过来的。左 / 4 个座位的桌子



利用杂货贩卖和货架来打造让人不腻的空间



左左 / 店里比较靠里的空间，放着一些可以免费租用的迷你货架。左 / 在杂货的角落里，主要贩卖一些手工艺品。



小印刷品和迷你笔记本构成老顾客与店铺间的桥梁！



左 / 为了纪念 3 周年而发行的小东西。右 / 放在桌子上的小册子上面，有着来自客人们的信息。“这个最大的鼓励”高井小姐说。



18 坪的店里有 20 个座位。想要打造温暖气氛的高井小姐。每月一回的活动也是一样的温暖。

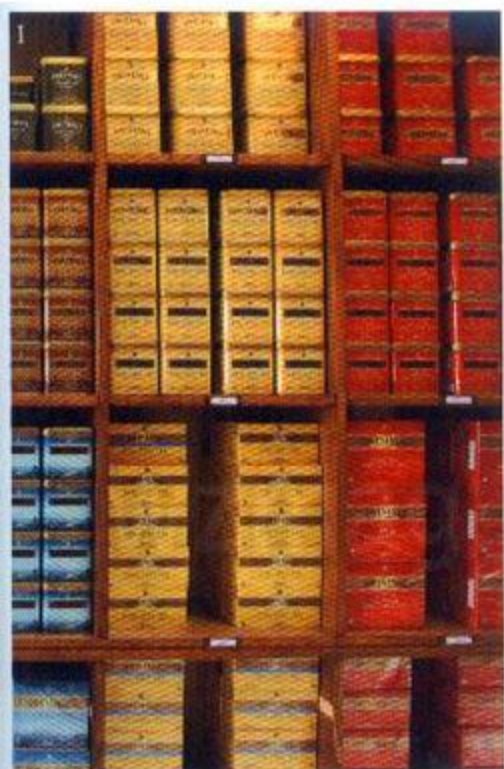


不仅TWININGS的商品时汇聚一堂，历代的掌管人的肖像画也挂出



TWININGS总店

Twining's Strand Shop, 216 Strand, London, WC2R 1AP
☎44 20 7353 3511



1、陈列了众多TWININGS的定制品牌的产品。2、店内，掌握了丰富红茶知识的工作人员，总是热情的和客人交谈。3、想要享受各种香味的人们，在能够按包买的区域。据说只能在这个店里购买到。有打上TWININGS的logo的木盒子，可以自助选取，是送礼的最佳选择。4、在216号大道，有着300多年的历史，是TWININGS在英国的唯一路面商店。

延续了300年的传统、一直保持推出新品红茶

TWININGS公司



スティーブン・トワイニング氏
Stephen Twining

Twinings第十代掌门人。红茶专业人士有丰富的经验和知识。1985年加入公司。

作为英国高级红产的代名词，被全世界都熟知的【TWININGS】始创于1706年，创始人Tomas*Twining在英国的街道上开设了红茶专卖店以来，其公司在英国引领了世界红茶文化。受到英国皇室的御用，有着300多年的历史。至今已经有10代掌门人，Stephen*Twining氏娓娓道来品牌历史和享受英国风红茶。

地处于伦敦的金融街和剧场文化中心西边。斯特兰德大道216号地段。第一代掌门人Tomas*Twining在这里开店以来已经经历了300年的岁月，是英国老店红茶商Twinings的发源地。入口处不仅摆设了威风凛凛的看板。有着精致小巧的正门的商店，是不容错过的风景。不仅本地人流连于此，也是风靡世界各地的【Twinings】。常常能见到店内很火爆。

【刚才伦敦创业的时候，以男性客人为主的咖啡馆一直人头攒动。但是在东印度公司就职的创始人Tomas先生很有远见的发掘了红茶，一时间打动了上流社会女性们心。喝茶成为一种风尚，一种贵族的象征】Twinings家族第十代掌门人Stephen Twining说到。

18世纪后半，销售冠军品牌，EARL GREY上市

18世纪初期，红茶是相当奢侈的东西。这个大的潮流变化是在第四代掌门人Richard Twining。他为了能够取消高额的红茶进口关税而努力，后来在1784年减税成功。之后平常老百姓也能喝到红茶了，奠定了英国红茶的文化。此后红茶贸易成长为英国一大产业。开始影响着英国的经济。

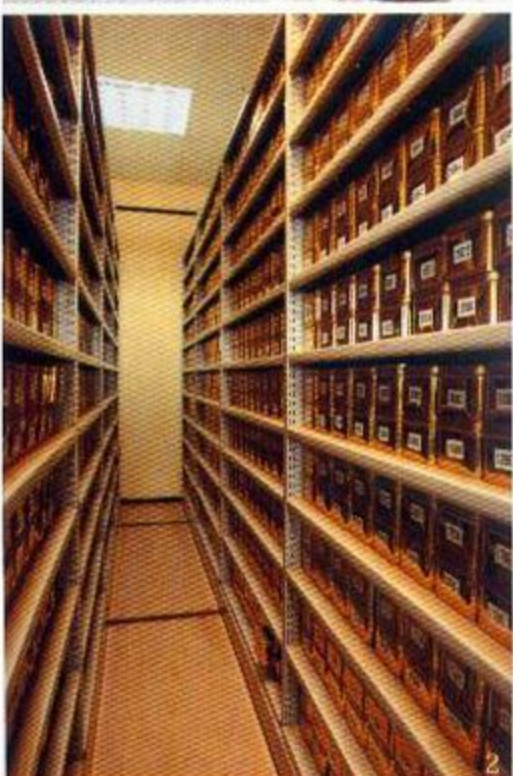
Twining先生说【另外我公司最受欢迎的（EARL）也是诞生在Richard时代。当时英国首相Grey伯爵（earl就是伯爵的意思）向Twinings公司的特定商品，并说允许以此冠名】。但是当时还没有商标的存在。这个赢得了高人气的品牌，被其他公司也模仿生产了商品。【经过这个痛苦的经验，1994年之后，成为代表了TWININGS原创品牌、EARL GREY更是心细的开发了（女士茶），一研发变注册商标。】

Twining先生一天大约要喝15杯红茶。【根据这天的心情、天气、时间等享受不同红茶。比如、早晨有很提神的红茶，到了公司有稍微柔和的Darjeeling和Earl grey、下午有Herb tea等等。】现在Twining公司有200以上品种的茶，销售网遍及全世界115个国家。

有着300余年的历史，经常更新产品是本公司的传统。1956年开始生产袋装茶，袋装茶的投入实现了红茶的量产化。最近、绿茶、无公害茶等在欧洲很流行的瓶装冰茶等等新品。一直不遗余力的开发新产品。Twining先生说【Tea time成为人们社交的场面，用茶壶泡一壶茶抽出点时间，人们聊聊天，静静的享受时间，正是因为现代社会的紧张忙碌，才显得喝红茶很奢侈。】确实、下午茶是代表了英国人的喝茶方式，一开始是始于下午肚子有点饿的时候喝点茶吃点点心的习惯，后来渐渐的成为上流社会的社交习惯。觉得有茶的场合人们会连接在一起，这点很神奇，因此很怀念英国的茶文化。



挂在店内记载Twinings公司历史的宣传板（左图）是创始人。右边是Tomas*Twining的肖像画。创立了在当时被认为是奢侈品的红茶。最初销售的相当于【Gunpowder greentea】100g160英镑。



1、从伦敦向西南的公司总部。2、来自世界各地的茶叶可以保存大约2000种以上点的架子。Twining公司因为没有在红茶原产地都有茶园，因此固定一个茶园可以在收获的时候获得最好的茶叶。3、萃取了红茶的废弃茶业也起到鉴定品质的作用。4、在投产前的红茶样品，排列成一行进行比较。

访问Twining总公司的品牌研究室

从伦敦坐电车大约1小时到达总公司。在这里有世界知名的老字号红茶商，在总部每天都在进行品质检查管理。

【我们公司、被称作为买方的工作组是去印度和斯里兰卡购买茶叶，然后再测试，去产地和生产者建立了深厚的合作信赖关系，另外掌握了建造茶园的方法，把握天气和土地的状况，扩大茶叶方面的知识。继承Twining的传统】在长桌上向白色的简单茶杯里面注入100余种以上红茶排成一排。根据技术人员们的品鉴每次要进行很多回。一种一种的品，喝一口含在嘴里判断香气和味道。这样一种职业被叫做品茶师，继英国之后在世界各地开展品茶沙龙和咖啡馆、商店、超市中看见。

访问品茶师



1、来自世界各地的茶叶，检查完品质以后编上号，收纳在架子上。大约有2000多种。
2、为测试分析做准备，受用活塞正确测量茶叶的体积和密度。
3、手边是企业商业机密文件，按照这个仔细的确定品牌。
4、分好品牌后用银色罐子装好，存入这个抽屉。
5、测试分析的时候要用规定的茶叶量和规定的开水，遵守雷打不动的原则。
6、舌头像品味香水一样，一口含住瞬间分析，香味，入口和强度，要能全身感受才是职业品茶师。



Michael Wright

高级采购/鉴定师
1988年进Twining公司。从事锡兰、中国、印度等红茶生产地的采购工作。现在做到高级职务，现在做品牌，新产品开发等项目。



向鉴定师了解 英国红茶的品牌技术

没有任何特别的一个小小茶包中包含了那么多品牌的茶叶。把它们做成品牌，管理商品的品质就红茶公司鉴定师的工作。向在这条路上从业20年的Michael Wright请教品牌管理的方法。

Q: 说起Twining的鉴定师具体的是什么样的工作呢？

A: 搜集世界上的各类茶叶，识别其个性、独特的风味、香味，基于Twining自身的特点建立品牌。即便是从同一个茶园出产的茶叶，因不同年份，气候、季节质量也会有变化。拿葡萄酒来说，每年的葡萄品质都会有所不同。在那样的情况下呢，保持品质统一检测品牌就是我的工作了。

Q: 一个人要花多久功夫成为全面的鉴定师呢

A: 从实习开始一个劲的学大约要三年。第5年可以全面掌握。鉴定师的工作都是要靠经验。和我们公司合作的茶园就有86个之多，远至Assam有三千以上。哪个茶园的什么时候的茶叶使用多少，全要经过鉴定师的手。1年之哟2~3周能收获。所以把握季节是最重要的。我考虑的是艺术这件事情。

Q: 做鉴定师的关键是什么呢？

A: 色泽最重要。透明度、明亮度、红色等都要仔细检测。另外、香味入口的感觉，从各个方面测试。比如Assam就是茶叶很坚固又像蜂蜜一样的特点。浓郁香味的白葡萄、肯尼亚就是很清澈的品种。这三种茶叶就是英国人喜欢的红茶。

直到去年还一直负责印度系的茶叶，斯里兰卡是最受欢迎的国家。为了测试一直 控制饮食这个周末吃的咖喱。

询问在日本销售的茶叶



Twining的销售冠军品牌
味道醇厚，和牛奶相融合。



Earl grey中国茶叶里面产
自地中海的拥有独特的香气
，在英国最具人气的品牌。



Ladygrey基于在世界上人气
最高的artgrey，原创品牌
。蓝色的美丽的矢车菊花，
有上乘的味道。



1921年当时的皇太子 为了8
世诞生的。有平和的香气。



大吉岭是世界上三大名茶之
一，经过洗练的浓郁香气。



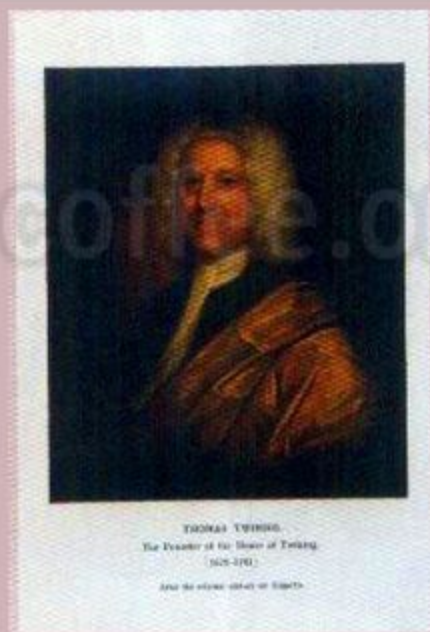
有平衡的香气，适合勾兑，
加奶，加柠檬都行。



味道层次多，使用很大
的茶叶是它的特点。

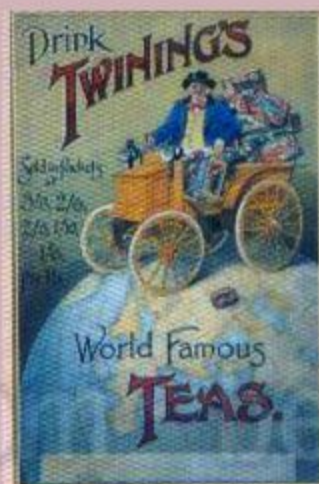
英国变成之国的 Twining300年历史

公元前在中国品尝到了茶以后，被传到了亚洲，中东以及欧洲大约是在16世纪中期。最先喝茶的是***人，向欧洲大量出口的是荷兰人。但是欧洲最爱红茶的是英国人。英国构建红茶文化，像大众普及红茶的是Twining公司。

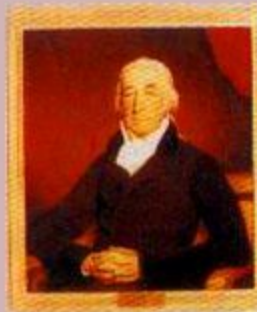


1837 1800 1784 1706

包装上日引用了王室御用文字

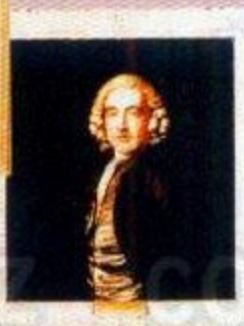


当时的海报



托马斯的儿子，第二代主人丹吉尔

第四代掌门人为降低关税做了贡献



国的始人Tomas*Twining在英
大街上开咖啡馆

富有进取性的Tomas为伦敦带来了红茶的魅力

葡萄牙人说在欧洲最初品尝到红茶是在16世纪中期，澳门是贸易聚集地。1602年被设立的荷兰东印度公司。1610年开始少量往欧洲上市红茶。英国红茶年的开始是1662年。嫁给国王的王女从自己国家带来了红茶，从此上流社会开始流行饮用红茶。

另一方面在英格兰西南部经营制粉页的Twining一家，停滞在贸易不顺的情况上。1684年移民伦敦，当时，日后红茶事业的创始人Tomas Twining才九岁。继承了父亲的事业以后因为对织造业不敢兴趣从东印度公司商人那里学习了新的商业知识。而且很感兴趣。东印度公司收集了世界各地的珍稀东西，其中一样就是红茶。

在英国开设红茶专卖店

Tomas关注了在查尔斯女王的影响下流行起来的红茶。1760年在伦敦的斯特兰特大道上开了咖啡馆做买卖。开始了红茶的生意。斯特兰特大道在Westminster城市的中间，1666年伦敦大火中很多贵族在此新建。伦敦的公寓里面住的全是分等级的男性。进行从花开花落这样的小事到大事件的商谈。每个店聚集的客人是不同的，有些店里都是军人。等等情况。

伦敦留下了无数的咖啡馆，所以一定要有新鲜的东西。红茶是最有可能性的。在当时红茶是非常昂贵的饮料。比如，Tomas最初销售的【Ganpauta绿茶】100克要160英镑。因此对流行特别敏感的人才选择红茶。有相当多的咖啡馆经过残酷的竞争，加大红茶销售，【但是Tomas Twining的红茶还是以最优质的品质获胜】受到广泛的好评，获得了商业上的成功。虽然是专门为男人提供服务的社交场所，也为贵妇们提供红茶。因此在1717年收购了连着的3家店开始了英国红茶专卖店。



2006 1930 1910 1904

以来创业300周年纪念



发售Alish BlackFast
和Ciron Blend

在巴黎开设第一家店



在法国做红茶进口以图赚红茶进出口贸易

第4代Twining掌门人尽力让红茶减税。迈向品味红茶贫民化时代

Tomas的小儿子丹尼尔接受业务想让Twining红茶不仅闻名国内，连国外也可以知名。根据1749年的记载，Twining的红茶漂洋过海，被带到了美国新大陆。波斯顿市长是顾客之一也被记载下来了。在这之后，在波斯顿对殖民地政策愤怒的殖民地组织把东印度公司的贸易船上的红茶投入波斯顿港口挑起了【波斯顿红茶事件】当时有影响力的记者这样写道（反对者向大海丢弃的红茶不是Twinings的红茶）。

1771年从母亲那里继承事业的第4代掌门人Richard Twining时代，至今也可以成为市最鼎盛的时期【Earl Grey】诞生了。1830年他收到当时的海军大臣查尔斯 Grey伯爵的册封建立品牌。

Richard的功绩不仅仅于此，具备了繁多的红茶知识和巧妙的交际手段的他，担任了伦敦红茶产业会会长一职，向当时的首相逼迫减免红茶的关税。税费的下调使得红茶的利润空间增大。Richard说动首相这样一来走私也能减少了，从此红茶成为了大家都能饮用的饮品了，打下了英式生活的根基。

因女王陛下御用维持尊贵形象

1837年维多利亚女王向Twining授予称号。同时公爵夫人在午餐和晚餐之间为了填补空腹感，开始有喝红茶吃点心的习惯。这个习惯也渐渐的再女性之间广泛流行开，不仅在早餐和晚餐后饮用，吃饭时也开始饮用。

进入20世纪，Twining第一次作为出口品牌获得了女王奖。现在全世界有100个以上的国家开始销售红茶。第十代掌门人斯蒂芬说Twining的策略非常简单，就是竭尽全力打造最品质的红茶以及所有人的手边都会准备的红茶。斯蒂芬学习掌握了红茶品鉴技术。1985年进入公司。现在除了考察种植茶园以外作为公司的代言人而活跃。

从Tomas Twining开始从事业务至今已经有300余年的历史了。

Tea & Twinings Trivia

偶然听闻的红茶和Twinings之间的联系

Twinings的红茶需要15个步骤才能完成

制作品质上乘的红茶很花费功夫

- 2、在原产地挑选茶叶
- 3、品尝这些茶叶再选择
- 4、平常以后购买
- 5、出货前再品尝和样品比较
- 6、向英国出货
- 7、到货的茶叶品尝确认
- 8、根据茶叶的浓度确认茶袋的装量
- 9、根据茶叶的形状和茶水颜色确认
- 11、用少数的品牌和现在有品牌进行测评
- 12、调整品牌
- 13、将成品送至仓库
- 14、用工厂的品牌和步骤11进行比较
- 15、最终测试以后,包装、销售

下午茶诞生在1840年的英国

下午茶的诞生,是第7代公爵夫人安娜说的。从午餐到晚餐之间的下午片刻,为了能消除空腹的感觉,泡一壶茶吃上一些点心。在那之后就欢迎朋友去她家,在伦敦一边喝茶一边吃三明治和蛋糕闲聊的习惯很普遍。

说红茶的咖啡因多是骗人!

实际上一杯红茶的咖啡因含量只有咖啡的一半。即便是睡前喝一本也不会导致失眠。而且一天喝300mg可就是大约5杯红茶是不会损害健康的。并且喝红茶是能缓解气氛和疲劳的。

从前,红茶是药。

在中国数千年的历史中,红茶一直被看做是药。现在科学证明红茶确实是有药的功效。

红茶含有数百种对身体有益的成分,其中最具有代表的是KATEKIN类。Twinings的人气商品【英国早餐茶】和【earl grey】称做红茶,有预防动脉硬化、减少胆固醇。另外,有的茶可以有助睡眠放松神经,有的茶助消化,有的茶去油腻。

奶茶之争

喝奶茶的时候用个永恒的话题就是先加奶还是先倒红茶?在历史上上等的中国瓷茶杯都是不能有裂口的,虽然有先加牛奶的规矩,但是这是每人自己的爱好。

Twinings牌的红茶大约有200种

从不同的农家采购来大约40种茶做成品牌。Twinings红茶的数量大约有200种。有绿茶,水果茶等。Twinings没有特约指定的茶农。只采购最高品质的茶叶。

トワイニングにはハーブティーのブレンダーがいる

Twinings从采购茶叶到建立品牌,到品质管理9个专家。其中有专门的鉴定师,这也是饮料业界很罕见的。提供了原创的风味。

Twinings在尽力想红茶原产国迈进

Twinings在【Ethical Tea Partnership】1997年组成了当时了成员。以建立公平公正的红茶生产贸易,提高栽培者的生活质量(比如雇佣条件、教育、出生等社会福利、健康和安全、人权)建立完善红茶制造业的体系。

在日本也能享受到 川寧品牌多種多樣的“英式紅茶”

熟悉的廠牌“川寧”產品線豐富多樣，從茶葉、袋泡茶到液體茶現在都能在日本買到了。不愧是世界知名品牌，品質也是好得沒話說。

產品線因地制宜，豐富多樣



有兩種口味，其一是使用川寧獨特混合技術的伯爵茶，還有一種是散發著清爽奶葡萄香氣的大吉嶺紅茶。每盒都是1升裝。

液體茶

可以直接倒入玻璃杯引用的純液體茶。完全不用擔心會有冰茶常見的沈澱物。

冰茶袋泡裝

該產品新使用全面殺菌的棉紗過濾材質，一加水馬上就能感受到濃郁的茶味。



因為使用了新材料，所以即使多次沖泡都不必擔心會產生紙味。1包有10袋，每袋包含18克茶葉。

茶葉

川寧每年只收購特定栽培茶園的好茶，是公認的高品質茶葉。



有“錫蘭紅茶”“大吉嶺紅茶”“伯爵茶”“英式早茶”等7個品種選擇。包裝有兩種，一種是908克的大罐，還有一種是使用方便的245克鋁罐裝。

袋泡茶裝

世界上很多人都喜歡川寧袋泡茶，因為它輕易就能泡出一杯香氣怡人的好茶。有“英式早茶”“錫蘭紅茶”“大吉嶺紅茶”和“伯爵茶”。



方便好喝、大受歡迎的川寧袋泡茶每盒有50包（其中每包含2.2克茶葉），日本現在有4種口味銷售。

三角型袋泡茶

使用折成三角尖錐型的高品質過濾網，只要一注入熱水，裡面的茶葉就慢慢展開。有“錫蘭紅茶”“大吉嶺紅茶”和“伯爵茶”三種口味。



使用茶杯的話，1盒裝有100袋，其中每袋含有適合一杯份的茶葉2.6~2.7克。如果是使用茶壺，則1盒裝有50袋，其中每袋含有適合二杯份的茶葉3.3~3.7克。

片岡物產有限公司

地址：東京都港區6-21-6

電話：0120-941440

網址：www.twinnings-tea.jp

WZMAG.COM 在这样不景气的时候，能够在宽敞舒适的空间里悠闲地享用甜点，确实能给人带来极大的幸福感。下面给大家介绍在新时代里迎接新挑战的各个甜点屋。从多样化的经营状况中可以看出西点有着旺盛的市场需求。

必见！最新甜点屋&沙龙



西点屋West的青山店重新开张！

曾经作为花园茶馆而小有名气的“西点屋West 青山店”41年后重新装修开业。设置了10位点心师常驻的工坊，拥有本店限定菜单的“青山花园”是West当红不让的新旗舰店。

西点屋 West青山花园

东京都港区南青山1-22-10
Tel : 03-3403-1818
营业时间/9点~23点
周六、周日、节假日11点~20点
定休日/无休



从东京乃木坂地铁站步行仅需1分钟。原木窗框在白墙映衬下，十分雅致。在购入原青山店的邻地上新建房屋和原店共同构成新的青山花园。面积约有213坪，1楼是店堂和茶室（约88坪），3楼是厨房（约72坪）。2楼另租他用。右边是各式各样的蛋糕。





1947年创业的老铺“西点屋West”以东京都为中心，除了20家西点屋还拥有兼设茶室的店4间。继银座总店之后，青山的茶室是在1967年开业的。青山店经过1年5个月的重新整装，2008年10月31日“青山花园”以West旗舰店之姿，再次出发。

“因为旧青山店已经有40年的历史，它的姿态已经留在顾客们心里。我们想重现原来的风貌。”依田龙一社长说道。正如他所说的，新店的设计沿用了旧店的白墙。周围绿树成荫，小径通往庭院，旁边还设有露天席位。内部的纸拉窗等日西和璧的设计让人十分放松。在宽敞舒适的空间抚平一天的劳累。考虑到上年纪的客人，内部结构坡度整体比较平缓，无太大落差。无障碍设施比较完备。该店的装修沿用了West一贯的设计风格，但遗憾的是，设计师仓泽一郎先生没有看到它竣工的样子突然去世了。据说依田先生接手未完成的细节工作，将仓泽先生的遗志延续了下去。



以咖啡和红茶（各 840 日币）为主的饮料为24种，冰淇淋和圣代12种，小吃11种。此外，青山店的限定品有9种之多。菜单附有图片，设计简单大方，让人一目了然。



每日14点出炉只限定40个的“松糕”（168日币）。松脆的外皮裹着湿热滑嫩的奶黄，奶香四溢，别有风味。刚出炉时最为美味。

1 宽敞舒适的茶室有50席。装饰用的插花每周两回由专业业者提供。2 露天席位。花式蛋糕(473日元)。加上315日元即有咖啡或红茶（无限续杯）。3 露天席位16个。庭院中抱栋和吊钟花等相映成趣。4 露天席还能看到青山灵园的风景，视野无限宽阔。5 露天席位可以吸烟（屋内为禁烟）带宠物也没问题，有3个项圈供使用。可无线上网。



蛋糕约有30种（399~473日币）可从送至客席的蛋糕样品中挑选。



6 暖炉是由迷上壁炉的依田先生精心挑选的。7 19世纪20年代的西班牙吊灯。在目黑区“La Cienega”购买。8 West的各店铺





焼きたての香りとおいしさの追求

フジマックベーキング機器シリーズは、ハード系からソフト系まで幅広い焼成にも柔軟に対応。さらに繊細な火加減を要する洋菓子もしっかりと焼き上げます。



フジマック ベーカリー&パティスリー機器



中型機器シリーズ



小型機器シリーズ



コンパクト機器シリーズ

他にドウコンディショナー、ホイロ、リターダーを始め各種周辺機器を各種取り揃えております。詳しくは専用カタログをご請求下さい！

株式会社フジマック

ベーカリー関連機器についての詳しい資料のご請求・お問い合わせは下記までお気軽にどうぞ！

☎0120-43-7791

〒105-0004 東京都港区新橋5-14-5
<http://www.fujimak.co.jp>

厨房図面作成
レイアウト
無料作成！

機器修理
メンテナンス
お任せ下さい！

お気軽に
お電話下さい！

[資料請求番号5415]



9 主打商品の“重奶油蛋糕”和“叶形派”的礼盒装十分丰富，但单独购买也没问题。10 店铺正面的货架上整齐地摆放着糕点。裱花蛋糕共有8种。11 从沙龙往入口处看，右边的里面的店铺，店里已经完全无障碍设施化了，还设置不同人群专用的洗手间。特意挑选配有舒服的宽靠背低椅。



青山店是West的店铺中首次在店里设立了工坊，还有10位点心师常驻。这也让青山花园成为了West的蛋糕制作基地。而刚做好的奶油蛋糕，新鲜出炉的“松糕”还有温制点心都是青山花园不同于别的连锁店特征。“特制甜菜汤”和“茄汁/莫扎里拉奶酪杏力蛋”等热菜种类也比别的店要多。店里还准备了混合装的香槟，以满足顾客的就餐需要。现在，每天的客流量大约有300~400人。“新店得到了熟客的认可，非常令人欣慰。”依田先生娓娓说到。



吐司火腿三明治

↑花了3个星期精心调配出来的三明治是将“鎌仓火腿”中的“里脊火腿卷”用圣华罗兰面包夹住，再进行加热。三明治共有5种，裸麦面包也入选其中。(1470 日币)。

↓青山店限定单品。浓郁的马斯卡普尼干酪里加入新鲜的草莓和西洋梨等水果一起烤制，如同热腾腾的奶汁烤菜一样，这是一道温制甜点。(1050 日币)



热果卡士达



经典奶酥

↑简单却十分雅致的奶酥。因为里面是新鲜夹入的卡士达奶油，可以同时感受派的松脆和奶油的绵密浓郁。(单品420日币/附咖啡1155日币)

↓青山店限定单品。刚出炉时特别蓬松的热蛋奶酥里只有鸡蛋，牛奶，砂糖，小麦粉和黄油。奶酥都是客人点单后现做的，上桌时还会提供卡士达奶油。(1155日币)



热蛋奶酥



罗宋汤
(附蔬菜沙拉)

↑2008年登场的罗宋汤是依田先生最喜欢的料理。将牛肉和卷心菜，胡萝卜，南瓜等蔬菜放在一起熬制成浓汤。(1365日币)

↓以土豆，培根，洋葱，花椰菜，杏鲍菇为馅的法式咸派。作为基础的派和馅，还有奶酪配合得恰到好处。洋芹和西红柿也给摆盘增色不少。(735 日币)



草莓牛奶

↑创业以来经久不衰的人气甜点。牛奶的微甜和草莓的微酸交融，令人怀念的味道。顶上用生奶油和草莓来装饰，这道简单的饮品马上变得丰盛起来。(1155日币)

↓使用无糖苏打做成的冰爽的奶油苏打。甜味则用胶质糖浆来调。West的原则是尽可能的不使用人工色素和甜味剂。(1050日币)



奶油苏打

堂岛卷1天销售1000个!

在名古屋的DE MON CHOU CHOU, 沙龙和蛋糕店开业了!

2003年在大阪开业,现在在全国有10家店铺的蛋糕店DE MON CHOU CHOU。09年2月开业的名古屋店,设有正统的沙龙。能够在豪华幽雅的空间内悠闲的品尝蛋糕,沙龙与十分受欢迎的看板商品堂岛卷一起,赢得了许多人的喜爱。



沙龙 DE MON CHOU CHOU

爱知县名古屋市中村区名站4-7-1
the Midlands B1

电话052-571-4499

营业时间/10点-20点

休息日/无休

<http://www.mon-chouchou.com/midland-salon.html>



小蛋糕(套餐)

陈列箱里的小蛋糕(照片是巧克力蛋糕[Midland巧克力])和堂岛卷1块作为一套。配以咖啡或红茶。



公主冰淇淋

切成块的堂岛卷里加入当季水果而成的[公主卷]上加入冰淇淋,是沙龙里限量的一个品种。由蛋糕卷和香草冰淇淋等作成。(1260日元)



为了作成“客人最想要品尝的味道”而创造出来。使用了堂岛卷的海绵蛋糕坯和生奶油,并加入了大量的切开的草莓。(450日元)



堂岛卷

外带品一天约3次共售出1000个。加入大量鸡蛋作成的松软蛋糕中卷入北海道的混合奶油,是最受欢迎的产品。(1200日元)



王室奶茶

饮品中最有影响的一种。用多于普通用量的斯里兰卡产茶叶来煮,茶香四溢。温和的味道,非常适合搭配蛋糕。(945日元)



等待堂岛卷和沙龙的队伍，在店门口排起了2行。即使是平日也需要等待1小时时间，非常的受欢迎。

上左/展示台的后面是安装有大块玻璃的厨房。上右2点/在礼品角，除了以金女士喜欢的蔷薇为主题的“玫瑰松饼”等从大阪的工厂送来的糕点之外，还销售年轮蛋糕以及红茶等。

在大阪的人气不减，增设沙龙的名古屋店则是更上一层楼。

在DE MON CHOU CHOU, 每天都有很多人排队购买加入大量鸡蛋作成的蛋糕坯中卷入细腻的生奶油而制成堂岛卷。现在,以大阪为据点开设了10家店铺,5家工厂,最开始是2003年,店主的金美花女士在堂岛宾馆别馆(大阪)开设了约13坪的蛋糕店。以在巴黎见到了[每个人度过幸福时刻的宾馆沙龙]为目标,但空间狭小仅有6个座位,因此变成了有座位购买后可即刻食用的小蛋糕店。之后,以堂岛卷的发售为契机,瞬间成长为销售火爆的店铺,06年总店转移,在东京也建立了分店。另一方面,金女士觉得[与客人之间的像以前一样悠然的时间变少了]。

以此为转折,准备在名古屋43坪的大空间开设分店之后,开业时巴黎的宾馆沙龙的构想再次浮现出来。然后09年2月[沙龙DE MON CHOU CHOU]诞生了。现在的DE MON CHOU CHOU,就不会是给人长时间排队然后立刻回家的印象了,对吧。[不过,真的是想要给大家提供一个在有着漂亮枝形吊灯的屋子里,优雅的品尝蛋糕度过时间的环境。]金女士如此说到。店铺是由威尼斯的工匠特别制作的枝形吊灯,古典的翻新家具以及带有LOGO标志的茶壶等共同演绎而成,豪华优雅而有魅力。长为3.6米的展示箱里,小蛋糕10种和甜点并排摆放。意识到堂岛卷覆盖了多层次的客人,因此准备了含可可成分高的巧克力以及适度的酒类等无论是谁都可以容易的选择食物的菜单。

巨大的枝形吊灯,给人以深刻印象,沙龙大小为32坪,仅有31个座位,空间非常宽敞。蛋糕店内除蛋糕以外,加入了堂岛卷的冰淇淋以及[火焰薄饼],果汁冰淇淋等3种,饮品准备了自制混合红茶等10种。另外,[想要重视与客人间的牵绊]和服务也要加大力度,店员安排为销售5人,沙龙3人,管理者1人,厨房7人。也任用从事过宾馆工作的服务人员,与客人说话很客气接待客人也很努力。现在,每月销售目标8000万日元,人均沙龙1500日元,购物2500日元。每日客人人数平日是1000人,今后,以在大阪及东京开设沙龙分店为目标。



上/点心和沙龙用的蛋糕卷,甜品全部是在厨房进行制作。只有外带用的堂岛卷是名古屋工厂制作。

制服是在东京时装发布会等活跃着的设计师 HAN ANSUN设计的。男性服装是按照宾馆的男仕者样式设计的。

我们是服务人员。



左2点/投入6800万日元的沙龙是巴黎宾馆的风格。杯子是梅森出品,茶壶是NORITAKE出品。右/在11坪的厨房里制作沙龙的甜品和蛋糕。



姊妹品牌宝宝 DE MON CHOU CHOU 6月大丸东京店成立

店主 金美花 女士

1972年出生于福冈县。当过小学教师,2003年大阪堂岛DE MON CHOU CHOU开业。

现在,直营店为10家,外带用堂岛卷是由在名古屋,大阪,东京的5家工厂制作。虽然堂岛卷太受欢迎了,使得本来的主题变得薄弱,不过在这种日子特别进行[微笑和惊喜]活动。在注重与客人进行沟通的沙龙里传达微笑。09年6月17日,在大丸东京店姊妹品牌[宝宝DE MON CHOU CHOU]创立。针对堂岛卷一直不变的口味,宝宝DE MON CHOU CHOU在堂岛卷的基础上加入了草莓和芒果等放入杯中销售。提出根据季节变化,而创造[惊喜]的创意。

必见！最新法式面包房Boulangerie

人气法式面包房Boulangerie在面包界又有新动向——百年老店又开新店啦！曾在名店积累经验的实力主厨，在地方上开业后受到当地居民大力支持，能体现店长个性的新店等都是受人瞩目的地方。自2008~09年开张以来的新店一直是人气居高不下。现在我们就来看看店里的装修风格，新品开发，摆放陈列，服务品质等值得关注的地方。



包含了面包，咖啡，西餐等关键词的新店有65坪。从青山大道的人行道可直通入口。



DONQ

新设了咖啡室在 青山重新开张啦！

在日本以法式面包闻名的老店Boulangerie的“Donq”的新店在青山的“Ao”大厦里诞生了！新店延续了2007年旧青山店的历史，还增设了咖啡室。这些天，众多的顾客让店里相当的热闹。

取材·文／諸隈のぞみ 撮影／大山裕平



ドンク青山店

東京都港区北青山3-11-7Aoビル1F

☎03-5766-9106

営業時間／8時～23時（22時L.O.）、

土・日・祝日 ～21時（20時L.O.）

定休日／無休

<http://www.donq.co.jp/>



吧台连
大厅共
有36席

里面是厨房

面包大概
有65种，其中
有6种法棍

2009年3月，在东京青山的综合商厦“Ao”里，“Dong”的青山店开张了。自1905年神户创立以来的Dong株式会社，曾于1966年在青山开了东京1号店。1号店是在70年代法式面包热潮中兴起，作为“Dong”的招牌虽极具人气，但在07年1月时还是关掉了。8年，再次回归青山的“Dong”，以茶色为基调来体现都市时尚品味。在65坪的店里，不仅有“Dong”的原点——从磨面粉开始的面包房，还增设了咖啡室和吧台。店的设计理念是“次世代的Dong”。新旗舰店不仅忠实继承了“Dong”的精髓，还展示出自己新的风格。

面包房的经营理念是“Authentic”（真正原汁原味）。它首创了将面包以自助形式摆放在面包柜上，供顾客自由选择。在长约8米的展台和面包柜里，共陈列了65种面包。面包是由做面粉开始到出炉，都是在增设的厨房里制作的，大约一半都是硬式面包。硬式面包中有可以称为“Dong”的招牌——法棍。法棍和超费手工的限定品artisanal等，每天会烤个100根左右。另外，为了让顾客更方便购买，店里还会把吐司切片出售。比如说，吐司一片（50日元），像“杂粮面包”这样的吐司100g（150日元）。另一方面，以“Bonpain, Bon vin”



胚芽小麦做的法棍 法棍 Artisanal

Boulangerie

青山店有限定的法棍和西点，自家制的餐包等，品种繁多。特别是餐包，硬系面包就占了5种。



杂粮面包（夹心）

杂粮面包



Ao奶油面包

巧克力夹心面包



欧式面包

“胚芽小麦的法棍”“法棍artisanal”（各320日元）。“杂粮面包”（550日元），“杂粮核桃”（630日元）。“巧克力夹心”（260日元）是用可可粉70%的巧克力做成的。“Ao奶油面包”（170日元）是青山店的限定面包。“欧式面包”（530日元）里还有培根和核桃。





Donq风格

Petit déjeuner

8点~10点30分是早茶时间。法式的“欧陆风情”(1000日元)等,共3款。

烤好的法棍,摊鸡蛋,沙拉,火腿或培根,再加上肉酱的套餐(1200日元附饮料)。



本日午餐推荐

déjeuner

午餐(11:30~14:30)准备了硬式面包(1000日元),每日不同的例汤和小菜。

照片里的是,胡萝卜汤,什锦炖,猪排,沙拉。丰富的面包和咖啡或红茶(1000日元)。

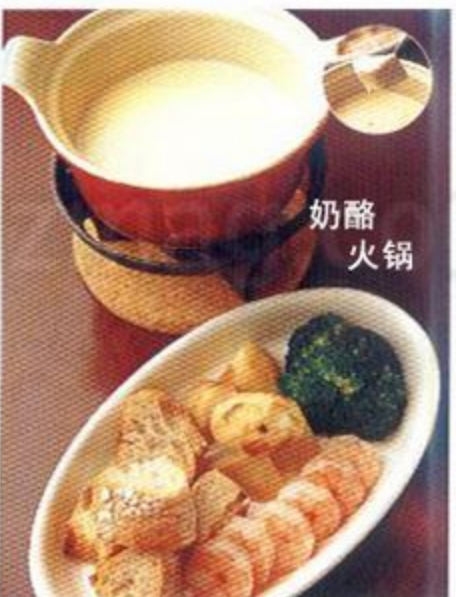


开胃菜

diner

18点以后请享用开胃菜和欧洲传统味道的套餐,还有面包和红酒。

2种奶酪,生火腿,肉酱,干果,在餐包上盖上开胃菜(1500日元)。葡萄酒每杯600日元起。格吕耶尔干酪,埃曼塔尔干酪配上白葡萄酒煮成的奶酪火锅(2000日元),可下法棍,蔬菜,虾等。



奶酪火锅



在不同时段推出各式不同菜单,提出“乐享面包食文化”的口号。



8点到23点之间根据时段提供不同乐享面包的菜单。拥有宁静氛围的30坪咖啡室里有28席,吧台那边还有8席位子。



上/熟客们喜欢的吧台。左上/在咖啡室有布艺扶手椅和藤木椅,整体感觉像休闲旅馆一样。左下/咖啡机来自意大利维多利亚公司。

Bon fromage”(好面包,好红酒,好起司)为主旨的咖啡西餐厅,准备了“能让面包更美味的菜单”。在餐厅里除了面包外,早餐,午餐,下午茶,还有18点以后晚餐。餐厅根据不同的时段来提供不同的菜单,里面有面包,红酒,起司的推荐搭配。

“Donq一直以來都很重视和顾客的交流,希望能够配合青山的节奏,也吸收其他店的经验。”副店长河村吉辉先生说道。现在,咖啡室平均每天能有250位顾客,而西餐厅有200位左右。咖啡室的人均消费约为1000日元,西餐厅约为600日元。老店的新步伐才刚刚开始,令人期待它今后的发展。



在卫生方面,面包取放和收银由不同的店员担任。

副店长
河村吉辉先生

“咖啡室里不同时段会准备不同菜单。希望我们的店是能让客人一坐下就不想走。”



上/从原料到成品的全过程都在同一个店里。左/极费手工的“法棍Artisanal”每日限定20根。

Cafe Vivement
Dimanche
店长

对德国的咖啡研磨机制造商

堀内隆志先生 Zassenhaus公司进行访问

作为咖啡馆店长，堀内隆志先生一直从不同的视点出发来探求咖啡的一切，如今终于实现了访问咖啡研磨机制造商Zassenhaus公司这个多年以来的愿望！据说关于研磨机的历史呀构造等等至今为止各式各样的疑惑均得到了解答，而且还有新的发现！



kyuhen borofui公司
位于工业公司遍布着的
工业区

Zassenhaus
Zassenhaus International GmbH & Co. KG
Hachschneider Weg 29
D-42699 Solingen
<http://Zassenhaus.com>



采访两位负责人！

Claudia Kaidasch女士
Stotan Schmitz先生

这样的采访是第一次，他们给予了热烈的欢迎。我们在Zassenhaus的展览室里，一边享受面包一边采访。

Zassenhaus在日本作为德国手工咖啡研磨机的生产商，从咖啡爱好者到明智的客户被广泛的熟识，聚集了很多支持的声音。虽然事实是这家公司有过硬的性能支持和精致的设计，但是关于Zassenhaus这家公司到底是一家什么样的公司，还不是很清楚。“有过这样的问题，订了研磨机之后，为什么还要过一段时间才能拿到货呢？回答是，德国最近一直都在下雨，没有办法做研磨机。”大概5年前吧，Zassenhaus的一家客户开过这家公司的玩笑。那个时候，我的脑海里浮现出的就是，德国人很顽强的制作东西的样子。自从对咖啡方面的器具有了兴趣之后，一直想着什么时候能够去一趟Zassenhaus。但是，2006年的秋天Zassenhaus破产了。这也使得很多咖啡爱好者都很失望。那之后，大概是因为再也不会有Zassenhaus的咖啡研磨机了吧，少量存货的价格都开始疯涨。不过，07年厨房制造商kyuhen borofui公司收购了Zassenhaus，于是又开始生产。08年通过merita Japan公司，再次能够进口到日本。这一次，我完成了10年来的心愿，终于踏上了去往德国Solingen的旅程。

Zassenhaus的历史

Solingen作为专门卖刀具的城市被很多人所熟知，从Duesseldorf坐电车的话只要20分钟。这是一座拥有17万人口绿化面积广阔的城市。Zassenhaus坐落于kyuhen borofui公司的中央。



1925年にザッセンハウスと合併したディーネス社のブランドであったPEDEのカタログ。アンティークでよく見かけます。

来接待的两个工作人员事先说明了“由于刚刚更新了体制，对于古老的东西也不知道。”之后，才开始回答我的问题。首先，最想要知道的当然还是Zassenhaus的历史。Zassenhaus，1867年作为小型特制品和工具的出口公司被创立。第二年，老板开始制造放在膝盖上转的那种咖啡研磨机（也就是现代咖啡研磨机的原型）。1895年，一场大火烧毁了所有的商品仓库。

采访·撰文

堀内隆志

(Cafe Vivement Dimanche店长)
1994年在镰仓开始经营
“Cafe Vivement Dimanche”店。另外还经营日用品店“dois”和CD店“claro”。作为咖啡店店长，每天都致力于探索咖啡的魅力所在。同时作为巴西音乐爱好者而为人所知。



Solingen是一个隶属于德国Nordline即Westphalia州的区。从日本人居住较多的Duesseldorf出发，到S步行街大约需要20分钟。是一种宁静的郊外城市的风景。



现在生产的Zassenhaus的咖啡研磨机共有9种模型18种颜色。

请我们浏览了旧的目录



kyuhen borofui管理的Zassenhaus的旧目录。连20世纪初的目录也还保留着。哪怕仅是亲眼瞻仰这些目录，不远千里到德国来也是很有意义的。



目录里解释说明刀的构造的插图一直以来没有变过。



1895年在由Schverum建设的工厂前，中间的是Schverum先生。



研磨剂种类丰富、阵容强大，曾经也生产供孩子使用的研磨机。



上/可挂在墙上的研磨机种类也很丰富。

右/为能出口使用而用四国语言标明一切。





老旧的咖啡磨也在展示

展示间里也展示着老旧的咖啡磨。这正代表着zassenhaus的历史。Zassenhaus德语的读法是Tsassenhausu。不知道是否以人名命名。初期生产的咖啡磨的手柄上刻有创始人Robert Zassenhausu的名字。因为没有资料所以生产的具体年代不知道有些遗憾，成为了我的一个课题。准备花些时间一点点去调查。

Zassenhaus最新的展品型录里，全都是想要的东西。



上2张/1957年建成的总公司建筑。德国风格建筑。左/1963年参加了国际展览。



咖啡磨展示



Zassenhaus的咖啡磨的特征是，刀刃是分2段的构造，上部分是切割，下部分收集颗粒。刀刃使用的材质，是可以抑制摩擦过热的特殊钢，因此香味不会流失。

这之后，公司引进了面包切割器、纸制研磨机、熨斗等商品的流水线。25年，为了制造咖啡研磨机扩大了木制品部门。往世界各地的出口开始急速上涨，Zassenhaus的标志“顶着小伞的熨斗”被很多人所知道。正好这个时候，拥有品牌咖啡研磨机PEPE的公司Deinesu和Zassenhaus合并。但是57年，又是一场大火，木材仓库全部被烧毁。之后的60年代，随着家用电器式咖啡研磨机的普及，很多商家开始大规模销售自己公司磨好的咖啡豆。在这样的一个时代里，用手研磨的咖啡研磨机的需求量大大减少，在全盛时期仅在德国就拥有100个以上的品牌，而现在慢慢的反而成了副业。Zassenhaus利用咖啡研磨机的优势，开始将重点放在研磨机的材质上面。73年导入麻栗树制品，82年发表锡制品。90年开始发表了一系列极具设计性的作品。进入2000年之后，导入陶瓷制的刀。

04年，转移了制造场所，开始扩张出口业。但是，06年10月破产了。再一次开始生产是在07年的3月，Kyuhempurofi公司购买了其专利。从创业开始12年，经过了各种各样的事情，现在作为德国唯一一家手工咖啡研磨机的生产商还在继续生产。

141年前完成咖啡研磨机的基本构造

在众多的咖啡研磨机制造商之中，只有Zassenhaus能够存活下来可以说是由于传统工艺很高的制品的关系，但是在主要产品手工咖啡研磨机的销量很低的情况下，通过各种木工技术来跟其他的公司进行竞争也是理由之一吧。141年前发表的初期模型很完美的关系吧，虽然一些细微的地方有变化，但是基本构造没有什么改变。在这50~60年间，金属的部分是在Solingen，木工的部分是在syuverumu制造的。一直以来的系统还有工作人员之类的生产体制都没有什么变化。只是木材这一块存放在新的工厂里。另外，制造刀片部分的工厂里，现在使用两种机器。一种是从80年前就开始使用的古老的机器，还有一种是通过电脑来控制的最新的机器。研磨机的刀片是由圆锥形的轴和周围的连接部分构成的。圆锥部分的材质是叫做ST37的一种特殊钢。木工的部分是用山毛榉的木头经过涂色而做成的。

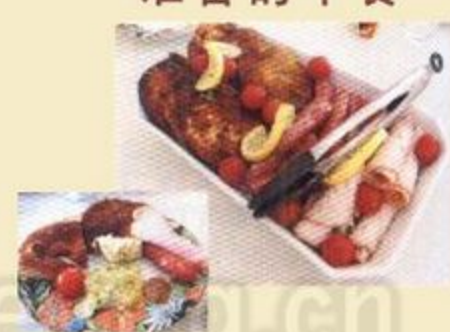
决定原创制作



以San Jose模型为基础，制作Dimanche15周年纪念模型。

现在，每年大概生产10万台。以德国为首，欧洲各个国家还有日本、最近需求急增的韩国还有具有很多爱好者的美国，主要在这些国家销售。今后，以传统和现在感性的组合为目标制造产品。通过这次对于Zassenhaus的访问，对于手工咖啡研磨机的兴趣又浓了起来。德国人对于物体和传统的重视，工作人员重视工作和技术的样子，我们日本人也是有共鸣的吧。在德国也有蒸汽式咖啡、卡布基诺这样的咖啡，但是对于滴落式咖啡的认识还在改变中。长期被世界所喜爱的Zassenhaus咖啡，能够再次使用到它的日子越来越近了。一定要买到它，请使用一下它。这样一定能够感受到它长期被支持，长期受到欢迎的魅力所在。

准备的午餐



传统的德国乡土料理。香肠火腿。主要是小牛的炸肉饼。在意大利要说面包的话就是Pretzel。

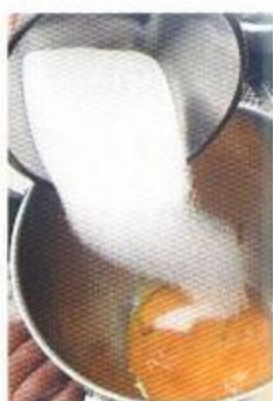


准备蛋糕模，图片中是典型的ナビゲーション的模。在模内侧刷涂少量融化的黄油，撒上砂糖待用。



1

2



大碗内放入蛋黄和糖霜打发泡。

3



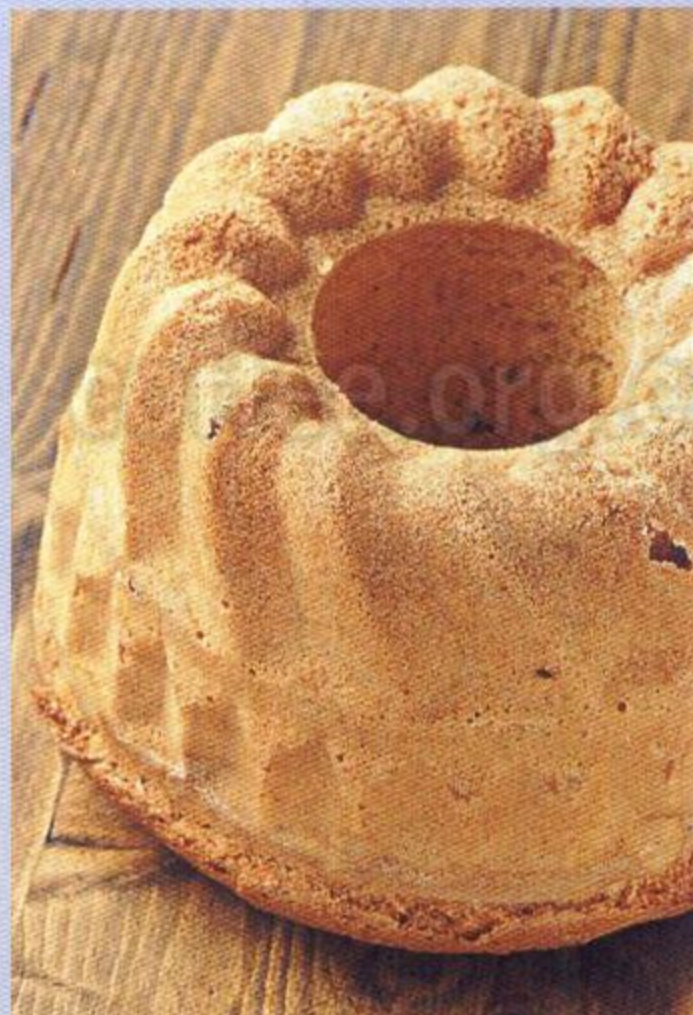
打泡时准备粉类，小麦粉和玉米粉，烘焙粉一起。

把粉类摇落到纸上，之后的工作会变得简单。

4



酸橙削皮，用刷子将皮收集起来，可以使用不浪



ビスキュイ・ド・サヴォワ

气泡很充分所以是轻柔的沙沙的质感，这个特征是，充满香甜的鸡蛋香味，表面的砂糖咬起来卡兹卡兹的裂开口感非常好。添加果酱、奶油、冰激凌也别有风味。

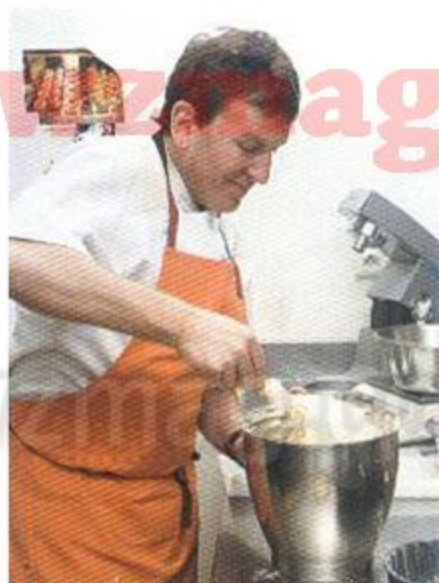
材料（直径18cm*高9cm的蛋糕模 2人份）

蛋黄 9个
砂糖 200g
小麦粉 200g
玉米粉 60g
烘焙粉 8g
肉桂粉 9g
蛋白9个
砂糖 100g
酸橙皮 1个

（蛋糕模准备用的）
融化的黄油 适量
砂糖 适量



切开看气泡孔很漂亮，也能很容易切。



用橡胶刮刀充分混合搅拌。



将面团放入蛋糕模，每个都放到8.9分满。

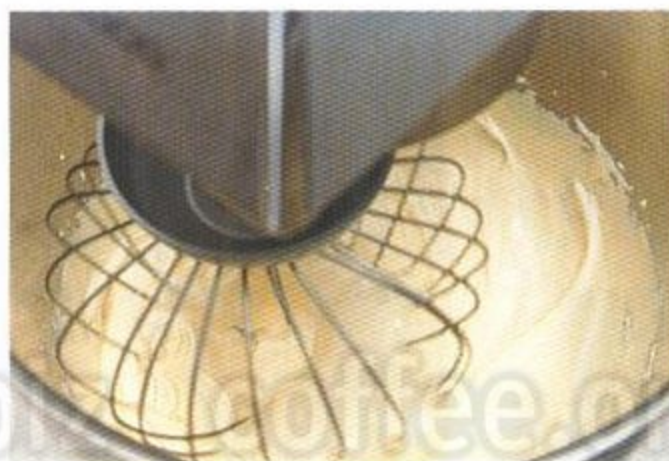
180℃ 烘烤



180℃的烤箱内烤制，20分钟后表面还没有焦的话在上面盖上铝膜。30分后完成。



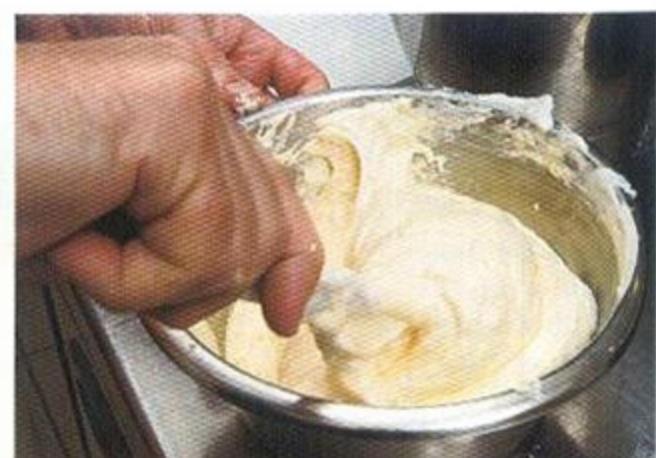
烘烤后就有形状了，这个可以做成各种形状，很有趣。



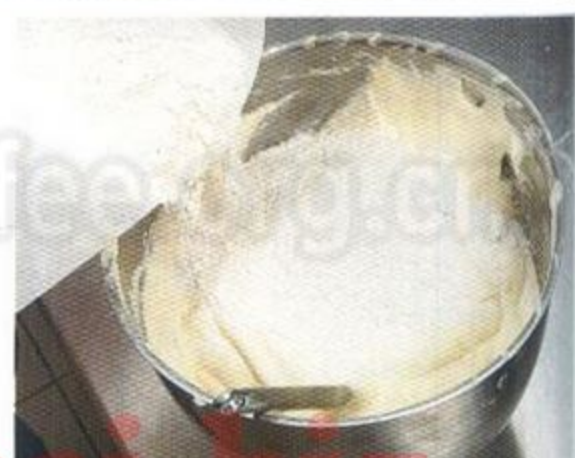
制作蛋白酥皮。将鸡蛋放入搅拌器，一边加少量糖一边混合一直打到白色发泡再加入酸橙皮。



制作蛋白酥皮。将鸡蛋放入搅拌器，一边加少量糖一边混合一直打到白色发泡再加入酸橙皮。



6的酸橙皮的一部分加入5个蛋黄的面团，混合后移到酸橙皮的大碗里，全部混合。这里加入3的粉类。



2



充分搅拌，直到面团能很容易和大碗分开，加入适当黄油，混合。

3



渐渐とまとま

4



柠檬皮削掉准备着。

5



把削的柠檬皮加到3的面团里混合。混合均匀后拿出来整理成圆形。为了使表面不干燥将保鲜膜盖上室温放置1小时。



6



すぐに生地を使いたい場合は、少々生地をのばしてから冷蔵庫に入ると早く落ち着きます。

面团会发酵，把面团用保鲜膜包好放入冰箱保存。不马上使用面团的话，将少量的面团擀平入冰箱。

这次，马上使用面团的就要杆成薄片在冰箱内放置10分钟。将面团杆成3MM厚的长方形便于操作。

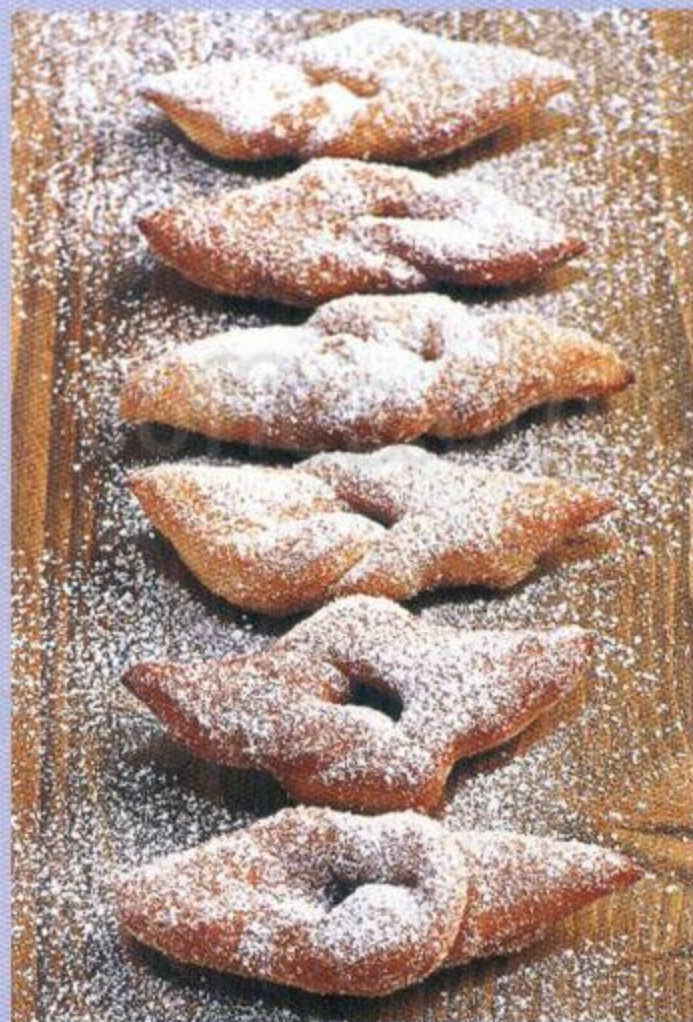
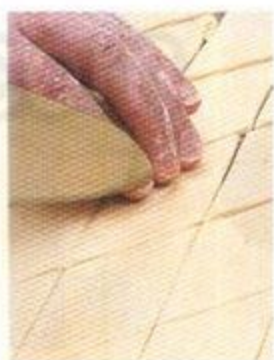


7

8



用刀按照5CM的宽度行进直线切割，然后斜着成菱形再切。菱形正中切口，将一侧穿过切口绕出来。



ブーニュ・リヨネーズ

用生酵母发酵的，プリオッシュー一样松脆的口感和甜甜圈一样。古典的形状象一艘小船。做成任何喜欢的样子炸都可以。长条状中间放上果酱也可以。请好好享受香味。

材料

小麦粉 250g
盐 5g
砂糖 25g
生酵母 15g
鸡蛋 3个
黄油 40g
柠檬皮 1个
橘子香味水 适量

炸油 适量

(最后用的)
肉桂粉 适量
糖霜 适量



1

制作面团



在大碗里放入小麦粉，盐，砂糖，生酵母，2.5个鸡蛋，混合搅拌。搅拌时加入剩余的半个鸡蛋搅拌起来更容易。



9

成形后 油炸



之后进行油炸，之前是加ラップフィルム在室温下放置10分钟左右扭起来。现在会膨胀2倍左右。

10



160 ~ 170℃的油里炸。这次使用了沙拉油。炸好以后变成了狐色，全部上色后，放在纸上吸油。



11

放入橘子香味水里，
撒满肉桂粉

制作肉桂粉。放入约砂糖5%的量，用勺子混合。



12



在炸过的面团上加入橘子香味的水，撒肉桂粉。



13

这样已经很美味了，也可以一半撒糖霜，一半不撒。有变化的乐趣。



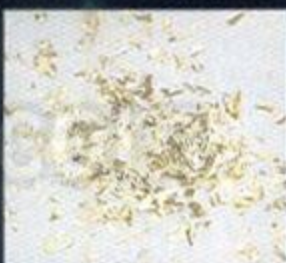
華やかで個性的な演出は、
箔一の食用—金箔—銀箔—プラチナ箔—で。
特別なスイーツに金の輝きを。



アラザン



スターダストA



箔一
HAKUICHI

EDIBLE

GOLD
SILVER
PLATINUM
LEAF

食用 金箔・銀箔・プラチナ箔

www.hakuichi.co.jp

株式会社 箔一

石川県金沢市森戸2丁目1番地1

TEL:076-240-0891 FAX:076-240-6800



生活小用品的角落位于改自民房的画廊的里面，与民房后那有50年历史的公寓有关联。在映照出庭院里浓密的绿荫和柔和的日光的大窗户中，还可以看到包含着创造者的智慧的生活小用品排列着，给人一种愉悦之感。



上左/山梨县秋山市，夫妇两人制作家具的Y.E.S.工作室，里面摆放着两张小桌，桌上展示着餐具。墙壁上挂着的是渡边幸子将四块布合在一起亲手缝制的衬衫。上右/同一家Y.E.S.工作室制作的餐具柜。



DATA

开业时间：1995年11月
店铺规模：大约22.3坪
员工：2人

—小用品—

卖场：3.5坪

概念：生活中常使用的物品。

可见，可触碰，真正中意的生活小用品。

类别：器皿、筷子、西装、拖鞋、家具等。

价格范围：150日元～10万5000日元

—咖啡—

座位数：12～14个

概念：在能感受四季变化的室内一边品茶一边感受时间的流逝。

菜单：甜点6种，食物1种，饮料14种

画廊里面是3年前增开的常往来手工艺者的用品角落。店里摆放的用以展示及销售的大概30多位手工艺者的作品是历任店长在手工艺品展会、陶器市场等在日本全国范围内举行的展览会上及其他画廊里，多次与创作者交谈后辛苦寻来的物品。

现在的店里，有84岁的手工艺人用珍贵素材——烟熏黑褐色竹子制作的筷子，也有将器皿做成气球形状的陶艺手工艺人，对于这些手工艺人，冈田女士这样讲道：“非常努力的作家的话，其作品也很出色！”冈田女士自己正严格挑选的作品的标准是：不仅向顾客们传达了物品本身的含义，更能使顾客们明白物品的材料、制作人及制作方法等。

最近，虽然有些手工艺人也渐渐开始自己营业，但因为想认真对待店里正在经营着的作品，所以冈田女士限定了小用品的数目。可以说一边与季节共同感受庭院里花草树木的变化，一边寻找自己喜欢的生活用品这一点是这家店的魅力所在。

一边感受庭院里花草树木的四季变化，一边选择中意的绝品。

八王子的须田二郎先生制作的木碗(3150日元)和橡木质地的餐刀和餐叉。



TREE²林yoshie女士制作的丝绸印花毛巾(1050日元)。多用作礼物。

现住在岐阜县土岐市的大江宪一先生制作的罐，雅致的形状倍受欢迎(1万3650日元)。



同样是大江先生制作的酱油壶，使用了加入了铁和铜的釉的浓黑(5775日元)。



上/布局是从八幡大道开始的一条安静的住宅街。左/打开门踏入店里，看到的是类似以前民房的门厅的地方。

熊谷ana(kumagaiana)女士制作的玻璃器皿——夏天能派上用场的水杯(2100日元/个)



现在住在葛饰区的荻原末次郎先生使用烟熏黑褐色的竹子做成的筷子(上面1470日元、下面1260日元)。

静冈的陶艺手工艺者志磨先生的器皿形状类似气球(分别为3675日元)。



以HOUSE商号活跃着的皮革手工艺者masumitsu健太郎的拖鞋(分别为3675日元)。

源自画廊的(向顾客们)提供衣食住建议的场所



左左/脱掉鞋进去后就能立刻见到的大厅是展示区。左/由鹿儿岛县的手工艺者松元博子先生制作的翠蓝色陶器及串珠首饰展的情形。展示物品每周更换一次。

店主、一级建筑师金田正夫先生，在各地发现了许多依据人们的技术及灵感创作而成的作品。金田先生考虑到长期使用这些作品的话，有利于本行业(糕点店)的房屋设计，于是开设了一家画廊，来介绍那些不能批量生产的手工艺品。如今这家备受好评的画廊，作为创作者发表作品的场所而备受瞩目。最初定位为画廊的无垢里，发展到后来，不仅是常设作家常聚的地方，也是附设了咖啡馆、能给顾客们提供衣食住等建议的场所。

松户明美



小用品及咖啡馆调查

Research 16.

生活工作室&画廊 无垢里

东京都涉谷区猿乐町20-4

电话：03-5458-6991

营业时间：11点～19点(有变化可能)

休息时间：星期四

http://www.geocities.jp/mukuri_d/

店长

冈田民子女士

喜欢画廊的氛围及作品，最初是第一任店长时便经常光顾的客人。曾担任过心理师一职，后转行进入无垢里画廊。六年前加入公司，现在是第三任店长。





CAFE

最受欢迎的核桃布朗尼蛋糕（单个500日元），常带有橘子酱和核桃那清淡的苦味，是大人喜欢的美式巧克力蛋糕。加上冰淇淋后，幸福感倍增！与饮料一起共同售价800日元。

用应时食材自家制作的引以为豪的糕点

店主的父亲是南青山，其当时经营一家名为“滋司”的洋糕点店，其招牌糕点是“极具弹性的麻薯”。而在当时的糕点师的协助下，该店在另设咖啡馆之前就已经提供这样的麻薯。此外，2007年秋天在店里开设了提供烘焙的蛋糕及饮料的咖啡馆。同时也作为插画师而活跃着的齐藤明子，在与糕点师兼店主冈田商量之后亲手制订了咖啡馆的菜单。使用从全国各地运来的应时食材而烘焙的洋糕点也闪亮登场。另外，加有奶酪的自家制作的玛芬面包和酱菜套餐“拼盘点心”（加饮料的套餐供950日元）也倍受欢迎。



左/能从大窗户看见庭院里的树木，还能品尝自家制作的糕点的角落。上/画廊入口处的门厅也摆放了座位。不用脱鞋子就能愉快地喝咖啡。

松户：听说冈田您最初是这家店的顾客啊。

冈田：对的。店主兼一级建筑师金田正夫先生为介绍他在出差环绕日本全国时遇到的极美的手工艺品而开设了这家画廊。我自己也对手工艺品感兴趣，也经常去展览会或者店里看发行的内部杂志。从作为顾客光顾画廊那时开始，我经常买来店里经营的家具和器皿使用，也参加店里定期举行的工作间等活动，通过这些真实感觉到了包含作者丰富心灵的作品的美感。



想将自己见到过、挑选出来的作品很自信地推荐给别人。



身居都市，却能享受到四季应时的自然及手工做成的生活小用品。

松户：的确。冈田女士您现在在寻找店里固有手工艺者的作品吗？

冈田：现在的客户有从第一代店长开始就有来往的手工艺者，也有我自己在长野和千叶的手工艺品展会啊，枥木益子陶器市场啊，其他画廊的展览会等地认识的手工艺者。一边与他们愉悦交谈，一边寻找喜欢的作品是件很有趣的事。

松户：工作也能享受乐趣？！不过听说开业之初并没有咖啡馆。

冈田：对的。最初只有作为现在仍营业着的画廊被展示的地方和门厅等很小的空间，没有咖啡馆。大概3年前才开始提供茶和麻薯。

松户：真正开设咖啡馆的契机又是什么呢？

冈田：店主不仅想（给顾客）提供他的本职即创造出房屋空间，也想提供包含生活有关用品在内的、与四季变化及自然天理相符的吃喝住为一体的建议。他将画廊后的公寓改装成了咖啡馆，在咖啡馆里可以感受冷暖，顾客们悠然地观赏完作品后，咖啡馆也可以作为展览品的作者和顾客们交谈的场所，能提供茶和用应时食材制作的洋式糕点。

松户：原来是分开的建筑啊。

冈田：对的。后面的公寓原来是店主的设计办公室及书库。以建筑物改装为契机，邀请现在在咖啡馆烘焙蛋糕的齐藤明子加入，2007年秋天开设了咖啡一角。虽然看似是一栋建筑，但你爬上二楼那正对着租借画廊的楼梯的话，就能看到以前公寓里的窗框能被保留着，就能立马明白实际上是两栋建筑。

松户：最后想请您谈谈以后有何打算。

冈田：我想把这家店打造成这样的店：顾客们在亲自看过、确认过之后能买到真正中意的物品，坐在店里就能感受到庭院里季节的变化，与此同时还能享受店里的生活小物品及糕点，回头客不断。



路面入口处的正上方是无垢里画廊的广告牌。无垢的意思是没有掺杂。用没有污垢的木头制作成的广告牌。

beibei.b